

BOOSTER GEOGRAPHIQUE

Amérique Latine

TEAM
FRANCE
—EXPORT—



Saisissez les opportunités de l'Amérique Latine



\$4 MDS

d'excédent commercial



Environnement
commercial proche



2 %

de croissance annuelle

Pour souligner les affinités entre Européens et Latino-Américains, le politologue Alain Rouquié préférerait qualifier l'Amérique Latine d'"Extrême-Occident". Il a déjà séduit plus de **15 000 exportateurs français réguliers et plus de 2 200 filiales implantées** ce qui a permis à la France d'établir un excédent commercial depuis de nombreuses années sur cette zone. **5ème marché mondial avec ses 625 millions d'habitants**, l'Amérique latine attire de plus en plus d'investisseurs (140 Mds de dollars annuels d'IDE en 2019).

Avec **une soixantaine de villes de plus d'un million d'habitants et près de 90% de taux d'urbanisation**, les besoins en mobilité urbaine, en gestion d'eau et d'assainissement ainsi qu'en éclairage public sont immenses. Comptabilisant plus de **330 millions d'hectares de terres agricoles** mais un nombre de pertes de production considérable, les entreprises françaises peuvent répondre aux besoins d'innovation, de préservation de l'environnement et de productivité des exploitants locaux. Même si l'Amérique Latine reste une terre de consommation d'innovation, **depuis 2019 près de 25 licornes numériques ont vu le jour**. Là aussi de nombreuses ouvertures sont possibles pour la french tech. Enfin le secteur de la santé reste prépondérant dans le commerce « bilatéral » avec la France.



LES OPPORTUNITÉS PAR SECTEUR EN VIDEO

[Agrotech](#)

[Tech et services](#)

[Art de vivre et Santé](#)

[Industries et Cleantech](#)

Qu'est-ce qu'un booster géographique ?

QUOI

Programme d'accompagnement collectif personnalisé de 6/9 mois avec pour objectif la réussite du développement et de l'**IMPLANTATION** physique et/ou commerciale sur le long terme d'un groupement de 10 à 15 sociétés françaises sélectionnées sur un ou des marchés internationaux ciblés.

COMMENT

Accompagnement en 3 phases dont la **PRÉPARATION** (mastersclass collectifs, coaching, étude de priorisation marché et mentorat individualisé), la **PROJECTION** (prospection, visibilité) et la **PÉRENNISATION** (suivi et plan d'actions, prestation ancrage).

QUI

Pour des entreprises matures disposant d'un **PROJET CONCRET ET CHIFFRÉ** de développement long terme sur le marché ciblé, une situation financière saine, et un **ENGAGEMENT** solide des dirigeants à s'investir dans le programme.

Les promesses d'un booster géographique

- ✓ **APPRENDRE** les clés du marché ciblé en 6 mois et éviter les principales erreurs ;
- ✓ **ADAPTER** sa stratégie Go-to-Market pour atteindre ses objectifs opérationnels et financiers à moyen terme ;
- ✓ **ACCÉLÉRER** son développement commercial sur plusieurs pays de la zone ciblée ;
- ✓ **PÉRENNISER** sa présence grâce à un suivi et des prestations d'ancrage (appui juridique, financier, RH, etc) ;



LES BOOSTERS, C'EST « LA » FORMULE ÉPROUVÉE PAR

500+ ENTREPRISES

POUR RÉUSSIR À DÉMULTIPLIER SON CHIFFRE D'AFFAIRES
EXPORT ET RÉUSSIR SON IMPLANTATION SUR LE LONG
TERME SUR LES MARCHÉS CIBLÉS À L'INTERNATIONAL

Le déroulé en 3 phases du booster géographique

SÉLECTION DES PARTICIPANTS PAR UN JURY COMPOSÉ D'EXPERTS DU COUPLE SECTEUR PAYS

#1 PRÉPARATION

Ateliers d'informations collectifs

8h+ de masterclass pour revoir les fondamentaux du marché cible (écosystème local, canaux de vente / marketing, spécificité du fonctionnement RH, juridique et financier) et obtenir des RETEX d'entrepreneurs.

- Réalisés par les équipes BF, des Alumnis, des entrepreneurs locaux, des CCEF, etc.

Coaching & mentorat individualisés

Un accompagnement personnalisé afin d'adapter et de parfaire la stratégie Go-To-Market et le Business Plan Export de l'entreprise sur le marché ciblé :

- **1 étude de priorisation marché sur 3 pays ou une mission d'implantation Brésil**
- **5 jours de coaching pour co-construire et adapter la stratégie** de vente et d'acquisition client, du deck commercial, des coûts d'implantation prévisionnels.
- **1 mentorat** par un entrepreneur local (ex CCEF)

#2 PROJECTION

Développement commercial

Un accompagnement renforcé sur **un ou 2 marchés cibles** afin d'accélérer le développement commercial et accroître la visibilité et légitimité des participants auprès des partenaires locaux :

- Mission de prospection personnalisée
- Communiqué de presse permettant des retombés médiatiques positives de la délégation en France

#3 PÉRENNISATION

Bilan et plan d'action post-mission

- Suivi de mission de 3 mois
- Restitution et recommandations « next steps » afin d'assurer sa réussite sur le long terme

- Evènement collectif de clôture en France

Ancrage sur le marché

- **Prestataire référencé** : Droit et fiscalité (création de filiale, conseil) ; Administration - gestion de filiales (comptabilité, portage salarial...) ; Aspect réglementaire (certification, ...), etc
- **Prestataire privée** : (interprétariat, marketplace, conseils, adhésion à des clubs d'affaires, etc)
- **Prestation TFE** : communication, VIE (conseil RH + pré-sélection), etc

Un accompagnement complet de 6/9 mois, encadré par un conseiller Team France Export et les experts au sein du pays ciblé

Modèles adaptés aux besoins des entreprises



27

jours d'accompagnement
par participant de booster

Valeur globale
d'une participation

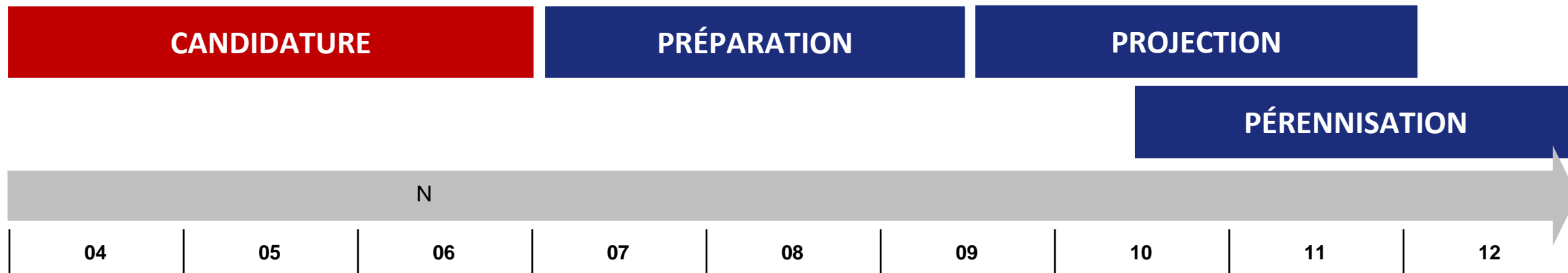
~~~25k€~~

Reste à charge  
pour l'entreprise

**14k€**

**~60%** pris en charge par l'état

# Planning prévisionnel 2024



CHAQUE ENTREPRISE FRANÇAISE CANDIDATANT À UN BOOSTER GÉOGRAPHIQUE **AVANT LE 17 MAI 2024** (DATE DE SIGNATURE DU BON DE COMMANDE À L'APPUI), POURRA BÉNÉFICIER DU **TARIF EARLY BIRD** ET FAIRE UNE ÉCONOMIE DE :

**2 000€<sub>HT</sub>**

CANDIDATEZ DÈS AUJOURD'HUI.....

<https://extranet-btob.businessfrance.fr/prg-41382>

... ET SAISISSEZ LES OPPORTUNITÉS DE L'AMÉRIQUE LATINE COMME LES ALUMNI 2023







## **SANTIAGO DIAZ**

Directeur Business France au Chili

[santiago.diaz@businessfrance.fr](mailto:santiago.diaz@businessfrance.fr)

+56 2 27 56 32 56



## **Clément LEPERT**

Coordinateur programme B2B

[Clément.lepert@businessfrance.fr](mailto:Clément.lepert@businessfrance.fr)

+33 7 63 42 21 00



## **Olivier MEGLIOLI**

Directeur des programmes Boosters

[olivier.meglioli@businessfrance.fr](mailto:olivier.meglioli@businessfrance.fr)

+ 33 6 98 28 04 58

# ANNEXES

# L'AMÉRIQUE LATINE À L'HEURE DES VILLES DURABLES ET INTELLIGENTES



L'Amérique latine compte quelques-unes des plus grandes mégapoles mondiales, six d'entre elles ont plus de 10 millions d'habitants : Mexico, São Paulo, Buenos Aires, Rio de Janeiro, Lima et Bogota.



L'Amérique latine affiche le taux d'urbanisation le plus élevé des zones émergentes, avec un taux supérieur à 90 %.

De nombreux défis se posent auxquels l'approche ville durable peut apporter des réponses.

## 660 Mds EUR

C'est le montant estimé qui sera investi sur le marché de la ville durable d'ici 2025 pour accompagner l'urbanisation massive de la région.

## LA MOBILITÉ URBAINE AU CŒUR DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL



De nombreux projets d'infrastructures sont en cours tels que métro, tramway, bus en site propre, télécabine entre autres mais également des projets ITS comme feux tricolores intelligents, arrêts de bus intelligents, stationnement sur voie etc.



### FOCUS PROJET - PLAN SANTIAGO 2025

Le « Plan Santiago 2025 » lancé en 2013 et évalué à 22,5MdsUSD, dresse une liste de 126 projets envisagés pour développer le réseau de transport public de la capitale. Deux nouvelles lignes du Métro de Santiago, 7 et 8 sont en phase d'étude et devraient rentrer en construction dans le cadre du Masterplan Transantiago 2025.

## VERS UNE UNIVERSALISATION DE L'ACCÈS À L'EAU



L'accès des villes à l'eau, en particulier pour l'approvisionnement en eau potable reste problématique pour certaines agglomérations. Les différents gouvernements de la région mettent en place des programmes de développement des infrastructures liées au traitement et gestion de l'eau. Ils encouragent les Partenariats Public-Privé et la participation étrangère et mettent en place des campagnes de prévention et de sanctions contre le gaspillage, la surconsommation, et l'eau captée illégalement, etc.

### 35 millions

C'est le nombre de Brésiliens n'ayant pas accès à l'eau potable en 2020

## L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE POUR RÉPONDRE AUX DÉFIS IMPOSÉS PAR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE



Les pays latino-américains repensent et diversifient leur mix énergétique pour en améliorer l'efficacité et limiter les inégalités régionales. La part d'énergies renouvelables croît de manière exponentielle. Grâce à des politiques publiques volontaristes sur ce secteur, les investissements ne cessent d'augmenter. Les énergies solaires et éoliennes observent une forte croissance au détriment de l'énergie hydraulique (raréfaction de l'eau).

### 83%

Les énergies renouvelables sont responsables de 83% de la matrice électrique brésilienne

## À LA RECHERCHE DE SOLUTIONS POUR LA GESTION ET LE TRAITEMENT DES DÉCHETS SOLIDES



Même si les déchets sont pour la plupart collectés dans des conditions acceptables, les chaînes de traitement et valorisation sont en cours de mise en place. L'objectif des gouvernements latino-américains est d'augmenter la part de déchets recyclés de 10% à 17,9%.

### 231 millions

D'après la Banque Mondiale, la zone Amérique latine et Caraïbes produit environ 231 Millions de tonnes de déchets par an.

# LES INDUSTRIES EXTRACTIVES

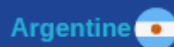
L'industrie extractive joue un rôle central dans l'économie en Amérique latine et continuera à fournir les matières premières dont nous avons tous besoin pour les processus industriels et leur utilisation quotidienne durant les prochaines décennies. L'Amérique latine est devenue l'un des principaux lieux de l'expansion minière et pétrolière dans le monde, avec une part importante dans la production de minerais stratégiques pour les industries de haute technologie.



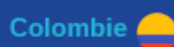
**Mexique**  
#1 Producteur mondial d'argent

**Chili**  
#1 Producteur mondial de cuivre

**Brésil**  
#2 Producteur mondial de minerais de fer



**Argentine**  
#2 réserve mondiale de lithium et de gaz de schiste



**Colombie**  
#4 Producteur mondial de charbon

La participation latino-américaine à la production mondiale en minerais et les réserves prouvées comme avec le triangle de l'or blanc, représentant plus de 50% des réserves mondiales de lithium en Argentine, Chili et Bolivie, démontre la position stratégique de ce territoire dans la géopolitique des intérêts miniers.

Les accords sur le climat et une législation environnementale plus stricte dans la plupart des pays obligent les entreprises à se moderniser et à chercher des solutions innovantes.

Cette nouvelle demande impacte l'ensemble de la chaîne de valeur, créant ainsi des opportunités dans : la formation, les équipements miniers et l'ingénierie.

## LES HYDROCARBURES, AU CENTRE DU MODÈLE ÉNERGÉTIQUE LATINO-AMÉRICAIN



Le secteur pétrolier et gazier est à un tournant afin de pouvoir valoriser les ressources existantes. L'ouverture des marchés présente également de belles opportunités de croissance. L'Amérique latine est la deuxième plus grande région productrice de pétrole au monde, après le Moyen-Orient.



### OIL AND GAS AU BRÉSIL: QUELLES OPPORTUNITÉS POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES ?

Le Brésil est actuellement le 1er producteur pétrolier en Amérique latine et le 8ème au niveau mondial. Selon Bloomberg le pays devrait accéder à la 4ème place dès 2027 (derrière la Russie, les USA et l'Arabie Saoudite). Pour y parvenir, le Brésil fait face à un grand défi : exploiter ses immenses réserves d'hydrocarbures avant la baisse du pic de demande prévue par les spécialistes pour l'année 2040. Les leaders du secteur construisent des aujourd'hui leurs stratégies face à un scénario complexe pour tirer profit des opportunités du secteur. Pour y arriver, l'HSE, l'optimisation des coûts, l'innovation, la transformation digitale et la réduction d'émissions de CO2 font partie des priorités.

## INDUSTRIE MINIÈRE: UNE REGION CLÉ EN TERMES D'INVESTISSEMENTS



Les investissements prévus se chiffrent en centaines de milliards d'euros pour la prochaine décennie en Amérique latine dans de nombreux projets miniers

+ de 32 Mds USD

en Argentine

+ de 74 Mds USD

au Chili

+ de 37 Mds USD

au Brésil

+ de 4 Mds USD

au Mexique en 2021

+ de 3,4 Mds USD

au Pérou en 2021



### INDUSTRIE MINIÈRE CHILIENNE: UN SECTEUR PORTEUR POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES

Le Chili prévoit 74 milliards de dollars d'investissements dans des projets miniers ces dix prochaines années. 44 projets miniers sont listés, et une importante augmentation de 20% de la production de cuivre est planifiée. L'activité minière au Chili, représente environ 16% du PIB, 55% des exportations ainsi que la moitié des investissements locaux et étrangers. Baldo Prokurica, Ministre des Mines, a souligné que l'augmentation des investissements «signifie que l'industrie minière chilienne continue d'être attrayante pour les investisseurs du monde entier».

## TENDANCE: VERS UNE ACTIVITÉ PLUS DURABLE



Les enjeux de développement durable sont fermement ancrés dans la stratégie des compagnies minières, pétrolières et gazières qui évoluent dans un paysage énergétique en pleine mutation. Loin de se contenter de suivre l'évolution de la réglementation, les principaux opérateurs internationaux renforcent en Amérique latine leurs normes en anticipant les besoins du marché et en investissant dans des solutions adaptées.

1

Réduire les émissions de gaz à effet de serre et faire face aux défis liés au stress hydrique

2

Assurer la sécurité des employés

3

Etablir de nouveaux processus basés sur les données.

# LA FILIÈRE AGROTECH

L'Amérique latine est une région incontournable pour la filière agroalimentaire (650 M de consommateurs et un PIB agricole de 550 Md USD). Le potentiel de développement est colossal. Les entreprises françaises ont toute leur place dans la région : reconnues pour la qualité de leurs produits et de leurs solutions, elles bénéficient aujourd'hui d'une accessibilité accrue au marché (selon les pays : reconnaissance de systèmes sanitaires, accords de libre-échange ou préférentiels, simplification des processus, etc.).



de surface agricole disponible  
en Amérique Latine

+ 15%

La production agricole latino-américaine devrait augmenter de 15% au cours de la prochaine décennie. L'expansion prévue de est attribuée aux innovations technologiques.

## AGRICULTURE ET ÉLEVAGE: PILIERS DE L'ÉCONOMIE LATINO-AMÉRICAINNE



Piliers de l'économie latino-américaine, l'agriculture et l'élevage sont des filières fortement capitalisées et résilientes à la crise. Elles s'engagent actuellement sur un modèle de production intensif et durable pour augmenter leur productivité et maintenir leurs marchés à l'export. Les solutions technologiques (agtech, foodtech), les intrants et les équipements français sont très recherchés ; l'accès au marché est simplifié.

### DES INVESTISSEMENTS EN HAUSSE

La filière agroalimentaire investit pour l'augmentation des capacités de production et l'optimisation des processus (automatisation, mécanisation, gestion du frais, traçabilité, gestion de l'eau, etc.).



L'Amérique latine représente un quart des exportations mondiales de produits agricoles. Les pays de la région font partie du Top 10 de la production et/ou de l'exportation mondiale de différents produits (selon les pays: soja, maïs, sucre, café, viande, jus d'orange, vins, fruits, avocats, haricots, fleurs etc.)

## PRODUITS ALIMENTAIRES: UNE INDUSTRIE EN PLEINE ÉVOLUTION



L'évolution des habitudes de consommation des latino-américains (650 millions de personnes) et la reconnaissance du savoir-faire français offrent aux entreprises françaises des perspectives intéressantes pour différents types de produits (fromages, sauces, viennoiseries, produits sains, vins et spiritueux, etc.). Les opportunités existent à la fois sur le haut de gamme (produits traditionnels réservés à la population aisée) et sur les produits plus accessibles, offrant un bon rapport qualité prix (les MDD sont par ex. en forte croissance).

On assiste à une volonté d'optimiser la gestion de la distribution alimentaire (réduction des pertes alimentaires), et d'améliorer la valeur ajoutée des transformations.



**1 personne sur 4 est obèse ou en surpoids en Amérique Latine (ONU)**

Les consommateurs latino-américains se tournent vers une alimentation plus saine, plus diversifiée, avec une multiplication des régimes alimentaires (sans allergènes, diététique, fonctionnel protéiné, vegan). Ils se rapprochent des modes de consommation européens. Le Brésil est aujourd'hui le 5ème marché mondial pour les produits sains.

## VINS ET SPIRITUEUX: UNE CONSOMMATION TOUJOURS EN EXPANSION



La consommation de boissons alcoolisées est globalement en hausse depuis 2004. Les opportunités existent à la fois sur le haut de gamme (réservés à une niche de la population) et sur les produits plus accessibles, offrant un bon rapport qualité prix (ex. Vins de France). Au Mexique, par exemple, la consommation de vin a doublé en moins de 10 ans et d'ici 2023, une augmentation des ventes de 38 % en volume et de 43 % en valeur est attendue.

### RECONNAISSANCE DU SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS

En 2019, les exportations françaises de vin au Brésil ont progressé de 8,3 % en valeur par rapport à 2018, permettant à la France d'atteindre le 4ème rang. La France est le 3ème fournisseur de vins du Mexique et le 3ème fournisseur de vins effervescents du Chili.

# SANTÉ



95% des dispositifs médicaux en Colombie sont importés

## SANTÉ: UN SECTEUR CLÉ EN AMÉRIQUE LATINE



L'Amérique Latine se caractérise par une forte dépendance aux produits et dispositifs médicaux étrangers puisqu'une très grande partie est importée. C'est d'ailleurs l'un des postes excédentaires les plus significatifs de notre commerce extérieur avec cette région.

Avec l'intensification des maladies chroniques et le vieillissement de la population, un réel défi se pose à cette zone, tant au niveau des traitements que de la prise en charge des soins, que ce soit en milieu hospitalier ou à domicile.

**E-santé, biotechs, dispositifs médicaux à forte valeur ajoutée, chirurgie esthétique et tourisme médical** sont quelques secteurs porteurs.

### LA FRANCE : UN PARTENAIRE HISTORIQUE



La France est le 3ème fournisseur de médicaments au Mexique. C'est le 7ème fournisseur de dispositifs médicaux du Brésil et le 4ème partenaire commercial du Chili.

### UN MARCHÉ COLOSSAL



Valeur du marché pharmaceutique au Mexique: 16 Mds USD

Les dépenses de santé au Brésil et en Argentine représentent plus de 9% du PIB - soit 166 Mds USD et 50 Mds USD respectivement.

# 6ème

Le Brésil est le 6ème marché pharmaceutique mondial (hausse de 92% des importations en 10 ans)

# 72,5%

des Mexicains (adultes) sont obèses ou en surpoids. Environ 13,3 millions de Mexicains souffrent de Diabète.

# 19%

**Silver Economy:** En Amérique latine, la part de la population âgée de plus de 65 ans devrait passer de 9 % à 19 % d'ici 2050 (ONU).

# COSMÉTIQUE



Le Brésil est le 4ème marché mondial de produits cosmétiques (6,2% des PDM).

Il existe de grandes carences en ingrédients et une très forte demande pour les matières premières de qualité (dont 84% sont importées).

Le Mexique est le 2ème marché d'Amérique latine et le troisième producteur mondial après les États-Unis et le Brésil. La valeur du marché s'élève à 8,26 Mds EUR (2019) et il devrait atteindre 10,85 Mds EUR d'ici 2023.

Les produits cosmétiques sont désormais libres de droits de douane et ne sont plus sujets à un enregistrement sanitaire mais à une simple notification auprès de la Cofepris

## COSMÉTIQUE: UN SECTEUR EN PLEINE EXPANSION

### Secteur en croissance malgré la crise

Le secteur continue d'afficher des indicateurs de croissance importants : 9% par an en Colombie, 4,3% au Chili et un saut de 8 à 11 Mds USD de CA au Mexique entre 2019 et 2022.

### Porté par un pouvoir d'achat en hausse

Avec 16 millions de personnes aux revenus mensuels supérieurs à 2000 euros, le Mexique s'impose comme le premier consommateur latino-américain de produits de luxe et le 2e de produits cosmétiques derrière le Brésil.

La Colombie s'impose comme le 3ème marché de la zone avec un CA de 5,8 Mds €, en croissance de 9% (vs 2018)

### Par l'explosion du e-commerce

Les consommateurs se sont digitalisés en un temps record: l'e-commerce en Amérique latine a augmenté de plus de 66% entre 2019 et 2020 + 387% d'utilisateurs du commerce électronique en Amérique Latine (vs 2019)

# LA FILIÈRE TECH

L'Amérique Latine est l'une des zones les plus attractives pour les entreprises technologiques. L'urbanisation de la population - plus de 650 M d'habitants - frôle les 90%, et font des métropoles latino-américaines des zones de lancement idéales pour une entrée rapide sur le marché.

## CONNECTIVITÉ EN HAUSSE

440 millions d'usagers internet en Amérique Latine (soit plus de 6 fois la population française), ce qui représente une pénétration globale de 67%, supérieur de 13 points à la moyenne mondiale (54%).

## APPÉTIT POUR LE DIGITAL MEDIA

1 personne sur 5 (60%) utilise au moins un réseau social en Amérique Latine. Le Brésil est le 4ème pays le plus connecté au monde avec 88% d'utilisateurs. Le pays occupe la 1ère place en AMLAT, suivi par l'Argentine (83%) et le Mexique (80%).

50%

D'après une étude du cabinet de conseil IDC, d'ici 2022, plus de 50 % du PIB de l'Amérique Latine proviendra de l'économie numérique.

## UN ÉCOSYSTÈME EN CROISSANCE EXPONENTIELLE

# 16 MDS USD

Après une année exceptionnelle en 2019, 2020 a été la deuxième meilleure année jamais enregistrée pour les investissements en Amérique latine :  
16 Mds USD repartis en 653 transactions

# 20

Plus de 20 licornes dont 1 décacorne en Amérique Latine (dont Nubank, Ifood, MercadoLivre, Rappi)



## COVID 19 : BOULEVERSEMENT DURABLE DES HABITUDES DES CONSOMMATEURS

### CROISSANCE DU E-COMMERCE



### PROJECTION 2025

# 101 Mds USD

L'e-commerce B2C générera 101 Mds USD dans la région d'ici 2025



### FINTECH



Le faible taux de bancarisation (53% au Mexique, 50% en Argentine, 70% au Brésil) n'a pas été un frein au développement du e-commerce, et a également contribué à l'essor des Fintech, dont l'objectif est d'apporter des solutions qui parviennent à inclure une plus grande partie de la population qui se trouve encore en marge du système financier.



Le Brésil est le 1er écosystème de Fintech en Amérique Latine : 742 fintechs en 2019 soit 3 fois plus qu'en 2019.



Suivi du Mexique : 441 Fintech en 2019 – 4,7 M d'usagers et un CA de 3 Mds USD en 2019



et de l'Argentine : 228 Fintech en 2019 – entre 8 et 10 M d'usagers



112 Fintech au Chili en 2019 soit une croissance de 49% entre 2017 et 2019

## UN ÉCOSYSTÈME EDTECH EN PLEIN ESSOR



+60% de progression dans l'enseignement à distance entre le premier et le deuxième trimestre de 2020 en Amérique latine.

L'Amérique latine est par ailleurs le quatrième marché EdTech mondial en termes de revenus. On s'attend à ce que le marché de l'apprentissage en ligne génère des revenus de plus de 3 Mds USD d'ici 2023.



434 EdTech



96 EdTech



69 EdTech

## AUTRES SECTEURS PORTEURS

Tech4Good - Cybersécurité - Telecom - Retailech & AdTech

# Ce qu'en disent les alumni des boosters...

"They pushed us to move forward. In the past, we kept on talking about the U.S., this program gave us all the keys to act upon it."



**Adrien Nussenbaum**  
Co-Founder and CEO Mirakl

C'est LE programme qui nous a permis d'avoir tous les conseils et contact avant de venir et d'ouvrir un bureau avec une équipe locale !



**Pierre Figeat**  
Président et co-fondateur, ADMO TV

## PARMI NOS 500+ ALUMNI





# ... et les succès qu'ils tirent de leur participation !

« Le programme Impact Germany nous a permis de participer à des événements de qualité, mieux comprendre la culture du business à l'Allemande, rencontrer des partenaires locaux, avoir des retours d'expériences d'autres sociétés françaises basées en Allemagne, mais aussi de créer une synergie avec les autres entreprises participant au programme.

Depuis la fin du programme Impact Germany, nous avons pu embaucher une équipe locale afin de lancer notre activité dans le pays. À ce jour, notre aventure allemande a été rythmée par de belles réussites : nous sommes en partenariat avec le premier intermédiaire de financement des entreprises en Allemagne, DFKP, nous avons signé nos premiers clients, et nous avons pu participer à des événements de renom comme Frankfurt Digital Finance.



**Nima Karimi**

CEO et co-fondateur,  
Silvr

The logo for Silvr, featuring the word "silvr." in a lowercase, sans-serif font. The letter "i" is tall and thin, and the period is a small yellow dot.

# Les 127 alumnis de la promotion 2023

## MULTISECTORIEL

### Indopacifique

### AMLAT

### PMO

## AGRO

### Arabie Saoudite

### Allemagne

## SANTÉ

### USA

### Allemagne

## INDUSTRIE CLEANTECH

### USA

### Arabie Saoudite

## TECH & SERVICES

### Allemagne

### Iberia

### Italie