

Le Grand Paris, nouvelle Mecque des start-up.

Elles fournissent un écosystème favorable au développement des jeunes pousses et, surtout, elles les courtisent à coup de prestations sur mesure : les structures d'accompagnement des start-up sont de plus en plus nombreuses à fleurir en région parisienne. La spécialisation et l'attrait de la métropole pour ces dispositifs d'aide à l'innovation se renforcent de manière spectaculaire. Tour d'horizon.

Hélène Imatte

Nouveau record pour la French Tech. Selon une étude de l'entreprise américaine CB Insights, spécialiste des données dans le domaine de l'innovation, les start-up françaises ont levé 1,7 milliard d'euros à l'issue du premier semestre 2017. Des performances jamais atteintes jusqu'alors, tant du côté des levées de fonds (2 milliards de dollars, soit 1,7 milliard d'euros) que du nombre d'opérations enregistrées (355). Alors que du haut de son 1,8 milliard d'euros levés, l'année passée flirtait déjà avec les sommets, 2017 semble prendre la route de la prospérité. A tel point qu'à la clôture de ce deuxième trimestre véritablement historique, la France surclasse désormais l'Allemagne et se rapproche un peu plus de Londres, toujours en tête de tableau.

Derrière ce beau succès de la French Tech marque collective qui valorise l'écosystème des start-up françaises, c'est avant tout le dynamisme du Grand Paris qui se dévoile. La métropole connaît en effet un boom des dispositifs d'accompagnement des jeunes pousses innovantes, autant d'incubateurs et d'accélérateurs témoins d'une volonté d'implantation durable dans le paysage francilien. Parmi les nouveaux venus du secteur, la plateforme Grand Paris Métropole Tech lancée mi-juin lors du Salon mondial des start-up Viva Technology par son président Patrick Ollier (LR) dans le but de créer des synergies entre investisseurs et start-up du numérique. Basée sur une application pour smartphone élaborée par la jeune pousse boulonnaise Vooter, la plateforme permet à chaque adhérent du réseau d'échanger et de s'informer sur des opportunités d'affaires ou des collaborations avec d'autres acteurs de son domaine. Bref, de créer du lien.

Retrouvez la suite de l'article dans le dernier numéro du Magazine Grand Paris, disponible en kiosque ou par [abonnement](#)