DOUBLONS LA COMMANDE PUBLIQUE
pour nos startups & PME du numérique

Station F - 9 octobre 2023

BIZ CAMP

SYNTHESE DES ECHANGES

numeum

SOMMAIRE

Contexte.....3

Initiative Je Choisis La French Tech.....4

5 commandements opérationnels pour la commande publique.....6

10 propositions concrètes dans le but d'améliorer le recours à la commande publique pour nos startups et PME du numérique.....13

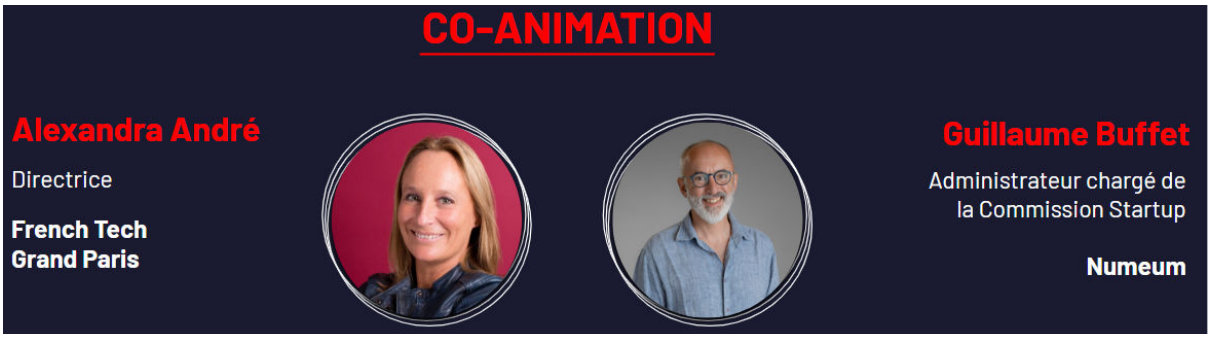
LE CONTEXTE

Dans le cadre de l'initiative du Gouvernement « Je choisis la French Tech », qui vise à doubler le recours aux solutions des startups par les acteurs publics et privés à horizon 2027, Numeum et la French Tech Grand Paris se sont mobilisés pour organiser un événement **dédié à l'achat public,** le 9 octobre 2023 à **Station F.**

Une occasion inédite pour les participants de :

- ☑ tout savoir sur les **processus** de la commande publique ;
- ☑ comprendre les différents **leviers** et **stratégies d'achat du secteur public** ;
- ☑ **benchmarker** les **meilleures pratiques** et **conseils** des **acteurs clés** ;
- ☑ **rencontrer leurs pairs, des institutions et acheteurs publics** ;
- ☑ partager des **solutions opérationnelles** pour dépasser les **freins** ;
- ☑ formuler des **propositions concrètes** pour améliorer l'**accès** à la **commande publique**.

Ce **document synthétise les échanges**, **bonnes pratiques opérationnelles** et **propositions d'amélioration** issus de cet événement.



7 Ateliers Participatifs

AMPLIFIER LE DISPOSITIF "JE CHOISIS LA FRENCH TECH"
Louis Fleuret
Directeur adjoint
Mission French Tech

COMMENT SE FAIRE CONNAÎTRE AUPRÈS DES ADMINISTRATIONS ?
Guillaume Buffet
Administrateur
Numeum

Charlotte Piana
Sustainability, gender equality, sovereignty
Mission French Tech

COMMENT FONCTIONNENT LES CENTRALES D'ACHATS ?
Nathalie Vouillon
Responsable Innovation & PME
UGAP

RÉPONDRE AUX MARCHÉS PUBLICS EN CO/SOUS TRAITANCE
Jean Mazerbourg
Responsable grands comptes - Secteur public
OpenClassrooms

Veselin Penchev
VP Employers
OpenClassrooms

Razane Sabbagh
Cheffe de la section RH
DT Num Ministère de l'intérieur

MIEUX FORMER & ACCOMPAGNER LES STARTUPS/PME DANS LEUR RÉPONSE
Vincent Susplugas
CEO
Collective Thinking

DÉVELOPPER LE DISPOSITIF DES ACHATS INNOVANTS
Malvina Mairesse
Avocat à la Cour
Cabinet H_2O

FLUIDIFIER L'EXÉCUTION DES MARCHÉS PUBLICS POUR LA RELATION ADMINISTRATIONS/ENTREPRISES
Marie Eiller-Chapeaux
Responsable Pôle juridique
Médiateur des Entreprises

Ludovic Zékian
Conseiller
Médiateur des Entreprises

INVITÉS D'HONNEUR

Clara Chappaz
Directrice
Mission French Tech

Maurice Lévy
Ambassadeur
Je Choisis La French Tech
Fondateur
Viva Technology

L'INITIATIVE JE CHOISIS LA FRENCH TECH

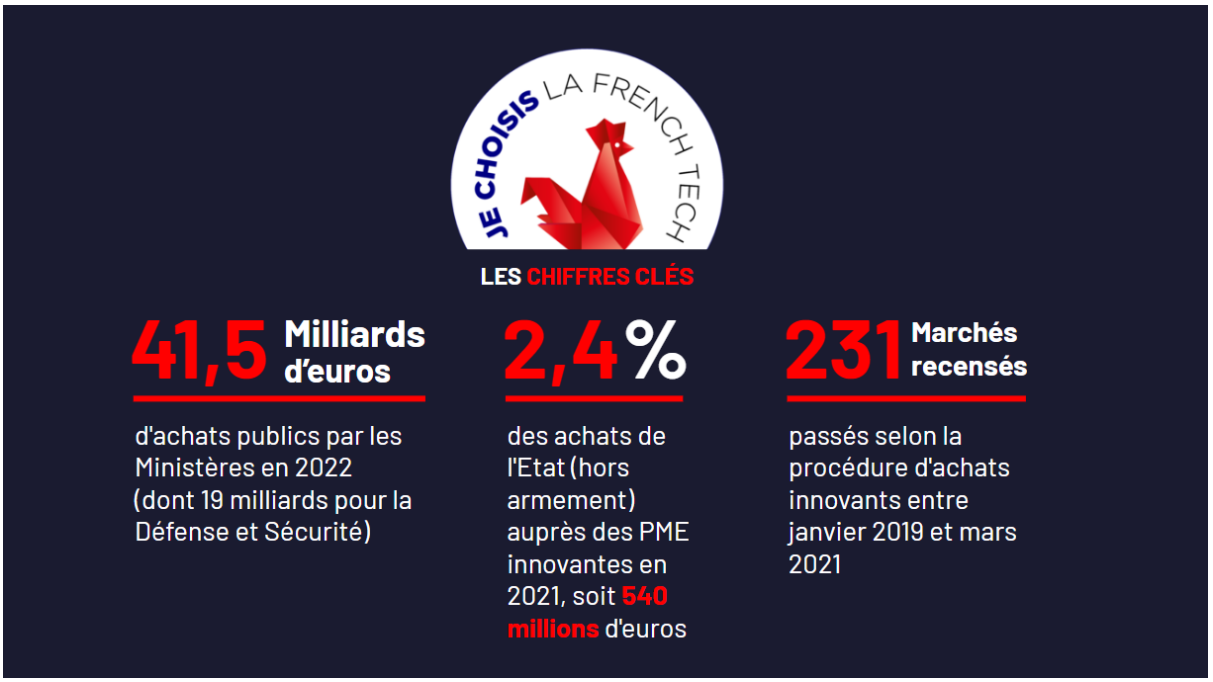
Lancée par Jean-Noël Barrot, Ministre délégué chargé du Numérique, et pilotée par la Mission French Tech, l'objectif est de **mettre les innovations des entreprises de la French Tech au service des grandes transformations du pays**. Il s'agit d'**encourager les institutions publiques et les entreprises du territoire** (TPE, PME, ETI, grands groupes) **à recourir davantage aux solutions innovantes de la French Tech**.

Une **ambition forte** à travers **deux principaux objectifs** :

- **Doubler la commande publique et privée** en direction des startups d'**ici 2027** ;
- **500 entreprises partenaires d'ici fin 2023**, et **5000 en 2027**, qui s'engagent à mettre en place des actions pour augmenter leurs achats auprès des startups.

Clara Chappaz
Directrice
Mission French Tech

Nous sommes en 2023, l'écosystème de la French Tech a 10 ans. Beaucoup de choses ont été construites, mais il reste un grand défi :casser les silos afin que les startups puissent vendre leurs produits et services aux grands groupes, aux grands décideurs publics, aux collectivités locales et d'autres !



En savoir plus sur Je Choisis La French Tech

- Rendez-vous sur le site Internet ;
- Téléchargez le dossier de presse ;
- Devenez signataire de la charte Je Choisis la French Tech.

LES 5 COMMANDEMENTS OPÉRATIONNELS POUR LA COMMANDE PUBLIQUE !

[1] OSEZ LE SECTEUR PUBLIC

Parce que répondre au **niveau d'exigence de la commande publique est structurant** pour votre entreprise.

Parce que les **références publiques** sont un **levier de développement** très important.

Parce que c'est une **sécurité financière**.

- Bien que le secteur public paie parfois un peu tard, il paye toujours ! Il n'y a jamais d'impayés possibles dans le public !
- Les contrats durent en moyenne plus longtemps qu'avec le privé !

Parce que les fonctionnaires sont des alliés ! Ils vivent le fait de contribuer à l'émergence de champions nationaux comme une mission de service public !

Maurice Lévy

Ambassadeur
Je Choisis La French Tech

Fondateur
Viva Technology

Même pour les grandes entreprises, travailler avec le public, il faut l'admettre, c'est compliqué. Cependant, quand cela marche, c'est un peu lent, mais il y a une accélération formidable. C'est une caution magnifique, parfois même, bien supérieure à ce que les entreprises privées peuvent apporter !

Alain Garnier

CEO

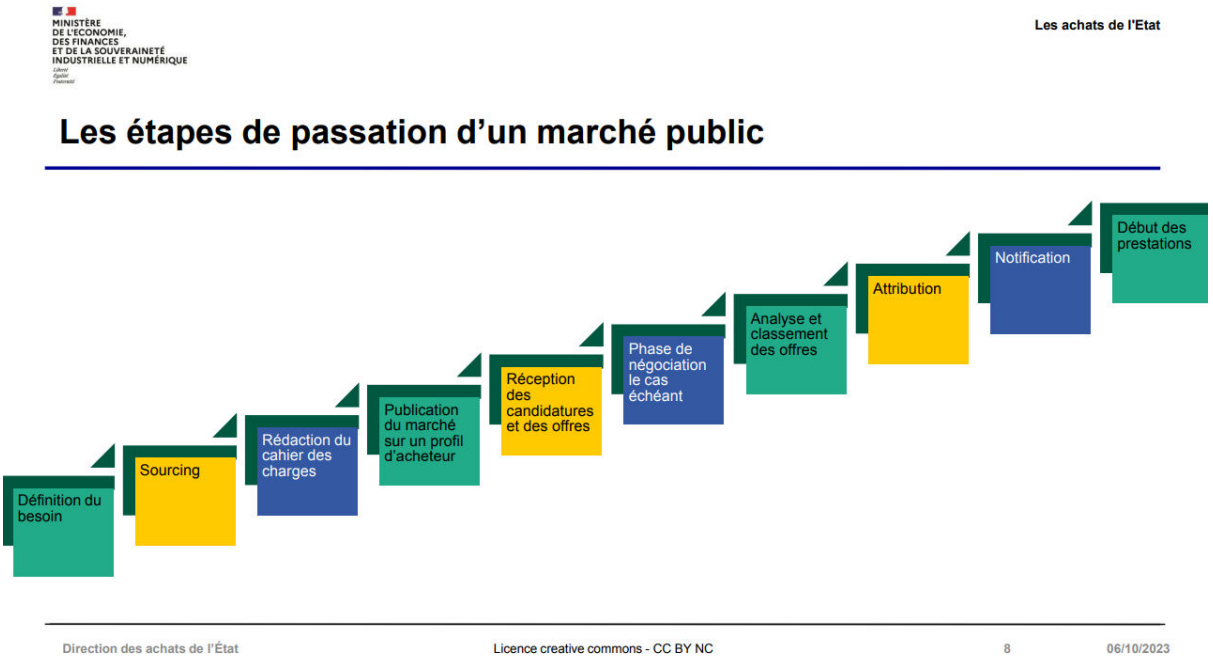
Jamespot

Les agents du secteur public sont là pour aider, déminer des solutions. Il faut donc s'appuyer sur cette relation humaine. Ce n'est pas qu'une histoire d'argent et d'innovation, c'est avant tout une histoire de relation humaine !

[2]
ANTICIPEZ AUTANT QUE POSSIBLE LA PHASE AMONT

[2.1] APPRÉHENDEZ LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE PASSATION ET PROCÉDURES

Pour les achats en général :



Pour les achats innovants :

- **L'article R.2124-3 du code de la commande publique** : « *Sont innovants les travaux, fournitures ou services nouveaux ou sensiblement améliorés. Le caractère innovant peut consister dans la mise en œuvre de nouveaux procédés de production ou de construction, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures de l'entreprise* »

- Le "**Guide pratique : achat public innovant**" réalisé par l'Observatoire Économique de la Commande Publique.

  Pour notamment comprendre comment l'acheteur caractérise l'innovation grâce au faisceau d'indices suivant : ✓ Le projet d'achat ✓ La solution ✓ Le fournisseur.
  Une nouvelle version de ce Guide sera prochainement publiée.

[2.2] IDENTIFIEZ LES POTENTIELS BESOINS

- **Utilisez les outils de sourcing et méthodes de veille à votre disposition** :
  - **Rendez-vous sur le portail APProch**

MINISTÈRE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE LA SOUVERAINETÉ INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE

Connaître les besoins de l'État : APProch, le nouveau portail des projets d'achats publics

Le portail APProch est accessible au lien suivant : https://projets-achats.marches-publics.gouv.fr/

APProch est un projet mené par la Direction des Achats de l'Etat dans le cadre du projet **Transformation numérique de la commande publique (TNCP)**

APProch est un nouveau service **ouvert gratuitement aux entreprises et aux acheteurs publics**

(les services de l'Etat et leurs établissements publics, les établissements hospitaliers, les collectivités territoriales et toute entité soumise au code de la commande publique)

APProch permet aux entreprises de consulter les **prévisions d'achats de la fonction publique**, se faire connaitre auprès des acheteurs et d'échanger avec eux

! Un projet d'achat public est une perspective d'achat public qui est susceptible d'évoluer à tout moment, jusqu'à donner lieu à la publication d'un appel d'offres sur un site dédié (profil d'acheteur).
— Il s'agit d'une information prévisionnelle qui n'engage ni l'acheteur public ni les entreprises qui s'y intéressent.

- **Interrogez les plateformes pour être informés des consultations du secteur public :**
  - **Regardez le Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics (BOAMP)**. Vous y trouverez les avis publics à la concurrence (AAPC) nationaux et européens, les avis de concession, les avis d'attribution, contrats de partenariat public-privé et des avis divers lancés par l'État, l'armée, les collectivités territoriales et leurs établissements publics. Le BOAMP peut également vous permettre d'identifier de potentiels partenaires potentiels en vue de répondre ensemble à de futurs marchés.
  - **PLACE, la plateforme de dématérialisation des procédures de marché de l'Etat.** Elle permet aux entreprises de consulter et répondre aux consultations émanant des services de l'Etat en administration centrale et en services déconcentrés, des établissements publics de l'Etat et des organismes, des autorités publiques indépendantes, des autorités administratives indépendantes, des groupements d'intérêt public, des groupements d'intérêt économique investis d'une mission de service public d'intérêt national, des organismes de sécurité sociale, de l'Union des caisses nationales de sécurité sociale et de la Caisse des Dépôts et Consignations.
  - **MAXIMILIEN, le portail des marchés publics franciliens.**
- **Mettez en place des méthodes de veille automatisée des avis de publicité des marchés publics.**

[2.3] PROVOQUEZ LA RENCONTRE, LE BESOIN

- **Participez aux rencontres physiques : événements, salons, moments networking :**
  - Renseignez-vous en amont sur les intervenants présents ;
  - Demander à un contact que vous connaissez d'organiser une rencontre à cette occasion pour discuter. Même si ce contact n'est pas forcément le plus pertinent, celui-ci pourra avoir un rôle d'ambassadeur au sein de l'institution pour vous emmener jusqu'au bon interlocuteur.
- **Intéressez-vous à certaines collectivités en priorité :**
  - Regardez les plus grandes collectivités qui ont des services innovation, avec des personnes dédiées ;
  - Priorisez celles qui font déjà de l'innovation, en particulier lorsque vous cherchez un premier contrat avec une administration.
- **Soyez pédagogue et traduisez de manière visuelle votre offre pour la rendre la plus concrète possible.** Faites un maximum de démonstrations de vos solutions sur les événements où il y a des collectivités présentes ;
- **Individualisez la prise de contact en adaptant votre discours à chaque interlocuteur**. Comprenez ses besoins et identifiez s'il y a un budget à la clé. N'hésitez pas également à identifier d'éventuels besoins que l'acheteur n'aurait pas perçus lui-même ;
- **Démontrez que votre solution répond bien au besoin de l'acheteur et qu'elle est déployable immédiatement.**

Veselin Penchev
VP Employers
OpenClassrooms

Mettre en place des stratégies commerciales et marketing classiques du type : je prends contact par mail, Linkedin, cela marche bien. Mais, il faut les adapter d'un point de vue sémantique et vocabulaire. Et surtout, évitez les séquences automatiques de 5 mails de relance. C'est très mal perçu. Personnalisez au maximum !

[2.4] IDENTIFIEZ DE POTENTIELS PARTENAIRES

Pour différentes raisons, il peut être conseillé de répondre à un marché public avec un ou plusieurs partenaires :

- **La complémentarité**. Si votre offre ne répond qu'en partie au marché auquel vous souhaitez répondre, allez chercher un ou plusieurs partenaires pour couvrir l'ensemble du besoin et y répondre ensemble ;
- **La taille critique/les ressources disponibles** : si vous disposez de ressources internes limitées, coopérez avec un partenaire ! Grâce à sa taille, il pourra être en mesure de répondre à des besoins opérationnels que vous ne pouvez couvrir seul.

Quelles sont les différents types de partenariat ?

- **La co-traitance :** la réponse aux besoins sera collective avec le partenaire et les responsabilités définies (responsabilité conjointe ou solidaire). Par exemple, passer par une grande entreprise, dont l'activité complémentaire se rapproche de la vôtre, qui est déjà en contrat avec un important commanditaire public avec lequel vous souhaitez travailler (ministère de l'Intérieur, des Armées, etc.). Identifiez un prochain marché public pour lequel ce grand groupe pourrait se positionner comme mandataire d'un groupement/consortium auquel vous pourriez participer.

- **La sous-traitance :** dans ce cas, l'attributaire du marché est identifié comme chef de file et le sous-traitant sera « déclaré » auprès de l'acheteur. Le partenaire en sous-traitance fournira une part du service et sera responsable de sa part.

Dans le cadre de ces différentes options, la préparation en amont est stratégique. Organisez-vous en avance de phase pour connaître au mieux votre client final et votre partenaire potentiel. Et pré-déterminez avec lui la répartition du marché.

Guillaume Buffet

Administrateur
chargé de la
Commission Startup

Numeum

J'ai souvenir d'un très grand compte qui m'a dit "trouve toi un grand frère" ! Ton offre est trop petite, nous ne pouvons pas passer du temps à l'analyser en l'état. Il faut que tu réussisses à rentrer dans une problématique plus large. C'est un aspect très important !

[2.5] SOYEZ FORCE DE PROPOSITION

- **Argumentez également sur les priorités transversales de la commande publique, notamment RSE**. Dans votre réponse, n'accordez pas seulement de l'importance au fait que votre solution répond au besoin de l'acheteur. Lors de votre argumentaire, prenez aussi en considération les obligations et priorités sous-jacentes (par exemple : la transition écologique) qui intéressent les marchés publics.

- **Intégrez la dimension juridique dans votre argumentaire pour rassurer l'acheteur**. Toutes les administrations ne connaissent pas forcément toutes les procédures, particulièrement les plus petites collectivités. D'autant plus que la réglementation évolue sans cesse.
    - La procédure de l'achat innovant - contrat de moins de 100 000 euros HT, sans publicité et mise en concurrence - a été mise en place en 2019. Elle est globalement peu utilisée (recensement en 2021 de 231 marchés), car peu connue. Dans ce cas, préparez une argumentation pour démontrer à l'acheteur en quoi votre solution est innovante et que cette procédure est intéressante pour les deux parties. Pour ce faire, appuyez-vous notamment sur les éléments du "Guide pratique : achat public innovant" de l'Observatoire Économique de la Commande Publique.

Malvina Mairesse

Avocat
partenaire de Numeum

Cabinet H_2O

Si le contrat est à moins de 100 000 euros, proposez à l'acheteur de passer par la procédure de l'achat innovant, et démontrez que votre solution est innovante. C'est à vous de faire ce travail de justification pour arriver ensuite auprès des acheteurs avec une solution clé en main !

Pour tout renseignement, contactez **Malvina Mairesse, Avocat à la Cour, Cabinet H_2O Avocats : mairesse@mairesse-avocat.fr.**

[2.6] RÉFÉRENCEZ-VOUS SUR LES CENTRALES D'ACHAT

De nombreuses plateformes existent, telles que :

- **RESAH, le Réseau des Acheteurs Hospitaliers.** La centrale d'achat accessible à tous les pouvoirs adjudicateurs intervenant à titre principal ou accessoire dans les secteurs sanitaire, médico-social et social public et privé non lucratif ;
- UniHA, l'**Union des Hôpitaux pour les Achats**. Il s'agit d'une coopérative d'acheteurs hospitaliers publics français.
- **L'UGAP, l'Union des Groupements d'Achats Publics (UGAP).** L'UGAP est la centrale d'achat public généraliste qui propose des produits et services sélectionnés sur appels d'offres :

- Trois types de client : les ministères, les opérateurs et les collectivités, les acteurs de santé. Cela représente 22 600 bénéficiaires, et donc autant de clients potentiels sur le territoire ;
- Ce sont des marchés *a minima* d'environ 5 millions d'euros, avec des lotissements (possibilité de répondre en cotraitance) ;
- Il est préférable d'avoir des solutions matures et non en cours de création ;
- Deux manières pour entrer à l'UGAP :
    - Via un appel d'offres. Mais notez que ce ne sont généralement pas des marchés avec des besoins très spécifiques ;
    - Pour le logiciel, c'est un distributeur, SCC, qui est actuellement attributaire de l'accord-cadre multi-éditeurs de l'UGAP. Il est donc nécessaire de travailler en sous-traitance avec ce distributeur. Ce sont entre 2 000 et 3 000 solutions logicielles qui sont portées par SCC. Les principaux critères pour obtenir un référencement UGAP sur cet accord-cadre :
        - La solidité financière. L'UGAP utilise Creditsafe. Vous pouvez toutefois passer par un autre *scoreur*. La seule condition exigée sera de fournir la grille d'évaluation. L'UGAP limite les risques financiers et attend une note des éditeurs *a minima* de 50/100 ;
        - La correspondance de l'activité au cadre du marché public. Il faut uniquement du logiciel et pas de matériel, avec éventuellement de la configuration.

Nathalie Vouillon

Responsable Innovation & PME

Union des Groupements d'Achats Publics (UGAP)

Un acheteur travaille sur son besoin 18 mois avant de lancer un appel d'offres. Si vous répondez à cet appel d'offres sans avoir été en contact en amont avec l'acheteur pour bien étudier et comprendre son besoin, il sera plus difficile de remporter le marché.

Pour tout renseignement, contactez **Nathalie Vouillon, Responsable Innovation & PME - UGAP : nvouillon@ugap.fr**.

[3]
SOIGNEZ PARTICULIÈREMENT LA PHASE DE LANCEMENT

- **Mettez en place un mode opératoire dynamique et discipliné :**
  - Disposez d'un cadrage le plus clair possible des étapes et des attentes ;
  - Cadencez un plan de communication pour lancer rapidement le partenariat ;
  - Renforcez l'accompagnement en réalisant *a minima* des points hebdomadaires et en ayant une très grande réactivité pour construire la confiance.
- **Prenez en considération l'importance de la culture du résultat du secteur public :**
  - Répondez aux enjeux de la dépense des deniers publics et ses justifications ;
  - Démontrez donc le plus rapidement possible les résultats concrets et communiquez-les !
- **Rendez le partenariat le plus facile possible pour l'entité publique, avec une approche quasiment clé en main, en composant avec ses propres ressources.**

[4]
MAINTENEZ LA CONFIANCE AU PLUS HAUT PENDANT LE DÉPLOIEMENT

- **Ne soyez pas trop intrusif et respectez le rythme de communication** de l'acheteur :
  - Ne relancez pas trop souvent ! Acceptez un temps de réactivité qui est généralement plus long que dans le privé, mais également avec un plus grand taux de réponse ;
  - Ne sollicitez pas toutes les parties prenantes (logique de maillage du compte).
- **Instaurez un suivi régulier** (mensuel ou semestriel) pour partager les enjeux et bénéficier du soutien et de l'expérience de l'acheteur.
- **Faites preuve d'une flexibilité et d'une adaptabilité, dans la mesure du raisonnable, pour répondre aux besoins successifs de l'acheteur**.
- **Pensez à faire appel au Médiateur des Entreprises pour dénouer d'éventuelles situations** problématiques.

[5]
CAPITALISEZ SUR LA RÉUSSITE DANS LA PHASE AVALE

- **Proposez de nouvelles solutions plus poussées aux acheteurs avec lesquels vous avez déjà un contrat.**
- **Servez-vous de vos succès pour nouer de nouveaux partenariats publics et privés.**
  - Mettez en avant les résultats d'un partenariat réussi dans vos relations avec d'autres prospects et partenaires.

Jean Mazerbourg

Responsable grands comptes - Secteur public

OpenClassrooms

Le secteur public, c'est tout un univers. Il faut avoir conscience du possible effet boule de neige et passage à l'échelle. Contractualiser avec succès avec un ministère, c'est entrer dans la dynamique d'influence positive du dialogue interministériel. Les administrations locales ont également de nombreux espaces d'échanges pour partager les succès !

10 PROPOSITIONS CONCRÈTES

POUR AMÉLIORER LE RECOURS A LA COMMANDE PUBLIQUE POUR NOS STARTUPS & PME DU NUMÉRIQUE

- **Adopter une approche locale du dispositif "Je Choisis La French Tech".**
  - Vers un tour de France "Je Choisis La French Tech" pour rencontrer les collectivités et les entreprises et les faire se rencontrer, pour sensibiliser les acteurs et promouvoir les dispositifs en place.

- **Mettre en place un plan de communication dédié pour valoriser les grandes entreprises engagées dans le dispositif "Je Choisis La French Tech"**
  - Communiquer publiquement et régulièrement la liste des grandes entreprises privées signataires ;
  - Valoriser les grandes entités publiques et privées qui ont signé des contrats avec les startups.

- **Sensibiliser davantage les acheteurs publics sur les enjeux pratiques de l'innovation pour la transformation du secteur public**. En quoi l'innovation peut répondre à des problématiques concrètes pour le service public, comment les solutions innovantes permettent de réduire certains coûts et/ou d'obtenir des gains de performance, notamment énergétiques, etc.

- **Sensibiliser massivement les plus petites collectivités à la procédure d'achat innovant**.

- **Mettre en avant les entreprises innovantes de la French Tech référencées sur les centrales d'achat**.

- **Valoriser les spécificités des entreprises de la French Tech en les présentant par verticales/solutions apportées.** La bannière et l'appartenance régionale des startups de la French Tech sont très importantes pour l'écosystème. Mais cela peut aussi générer chez les acteurs publics une part de méconnaissance des spécificités des entreprises. Et surtout, une mauvaise appréhension des problèmes qu'elles peuvent résoudre concrètement grâce à leurs solutions.

Louis Fleuret
Directeur adjoint
Mission French Tech

Un acheteur public ne va pas acheter "French Tech" pour le plaisir, éventuellement parce que c'est français... Mais il va surtout acheter parce que la solution répond concrètement à son besoin !

- **Déployer des workshops/masterclass pour mieux expliciter le fonctionnement des centrales d'achat publiques**, en particulier celle de l'UGAP.
  - Mieux former et acculturer les startups : comment les centrales fonctionnent, quelles sont les subtilités des marchés, quelles sont les attentes des acteurs publics concernant les entreprises référencées sur ces centrales, etc.

- **Promouvoir davantage la procédure de l'achat innovant** pour les contrats de moins de 100 000 euros HT :
  - Diffuser massivement les guides et listing des marchés passés selon cette procédure (avec objet, titulaire, etc.) auprès des startups et PME innovantes ;
  - Développer davantage des formations pour les entreprises et les acheteurs sur la procédure de l'achat innovant ;
  - Donner un rôle pivot à la Mission French Tech pour amplifier la communication autour de cette procédure.

- **Créer des outils d'auto-formation** (guides, MOOC, etc.), complémentaires à ceux existants sur la dimension juridique, **pour vulgariser les aspects pratiques de la commande publique** : comment rentrer dans les process de *sourcing*, comment anticiper au mieux les enjeux relatifs à la phase amont, etc.

Vincent Susplugas

CEO

Collective Thinking

De nombreux outils très bien faits sur les enjeux juridiques, notamment le guide de la Direction des Affaires Juridiques, sont à disposition des entreprises. En tant que startup, nous aurions également besoin d'un équivalent de ces guides sur les aspects pratiques de la commande publique !

- **Réaffirmer certaines règles de la commande publique et en faire évoluer d'autres :**
  - Limiter les retards de transmission des documents validant la prestation (PV), documents pourtant indispensables au titulaire pour pouvoir facturer. Il faut faire de la pédagogie, surtout en France, pour que les délais de paiement soient « d'un point de vue pratique » réduits ;
  - Interdire le pré-comptage des pénalités sur factures, lorsque ces pénalités sont contestées par le titulaire du marché ;
  - Changer la destination du Software as a Service (SaaS) pour la faire atterrir dans la case de l'"investissement" plutôt que dans celle du "fonctionnement".

A propos de Numeum

Numeum est l'organisation professionnelle de l'écosystème numérique en France. Elle représente les entreprises de services du numérique (ESN), les éditeurs de logiciels, les plateformes et les sociétés d'Ingénierie et de Conseil en Technologies (ICT). Numeum rassemble plus de 2 500 entreprises adhérentes qui réalisent 85% du chiffre d'affaires total du secteur. Présidée par Véronique Torner, Numeum se fixe trois priorités : les territoires, pour accompagner les adhérents en région, les compétences, pour répondre aux défis de la mixité et de l'attractivité et le numérique responsable, pour accompagner et soutenir le développement d'un écosystème numérique dans une trajectoire d'impact positif sur le plan économique, social, sociétal et environnemental à l'échelle européenne, nationale et locale. Numeum est membre de la fédération Syntec. Le secteur du numérique représente 65 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 661 000 employés en France. Pour en savoir plus : www.numeum.fr

A propos de l'accompagnement des startups par Numeum

Le financement de votre startup est une étape. Numeum l'accompagne, mais ne s'arrête pas là. Pour stimuler les leviers de votre hypercroissance, le programme Startup de Numeum met l'accent sur :

- la collaboration avec les grands groupes publics et privés ;
- le développement à l'international ;
- la structuration de votre stratégie de commercialisation indirecte.

Contact

Mike Fedida

Délégué Startup & International
Numeum

Pour tout renseignement, contactez **Mike Fedida, Délégué Startup & International : mfedida@numeum.fr**.

DOUBLONS LA COMMANDE PUBLIQ
pour nos startups & PME du numériq
9 octobre 2023 - Station F
SUPER TÉMOIN

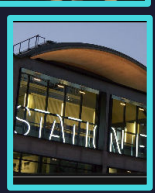
DOUBLONS LA COMMANDE PUBLIQUE
pour nos startups & PME du numérique
9 octobre 2023 - Station F
lier 1
tif "Je Choisis la French Tech"

9 octobre 2023 - Station F
JE CHOISIS LA
FRENCH TECH
Clara Chappaz
irectrice
lission French Tech

ATELIERS PRATIQUES

LA COLLABORATION OPENCLASSROOMS x DT NUM DU MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR
DOUBLONS LA COMMANDE PUBLIQUE
pour nos startups & PME du numérique
Jean Mazerbourg
Responsable grands comptes - Secteur public
OpenClassrooms
Razane Sabbagh
Cheffe de la section développement RH

DOUBLONS LA COMMANDE PUBLIQUE
pour nos startups & PME du numérique
NOISY-LE-GRAND
ppe Sajhau



JE CHOISIS LA FRENCH TECH

DOUBLONS LA COMMANDE PUBLIQUE
pour nos startups & PME du numérique

Station F - 9 octobre 2023

BIZ CAMP

MERCI

numeum

JE CHOISIS LA FRENCH TECH

LA FRENCH TECH GRAND PARIS