

Le secteur numérique

Florence Vanholsbeeck, AEC AWEX MEXICO



Contenu

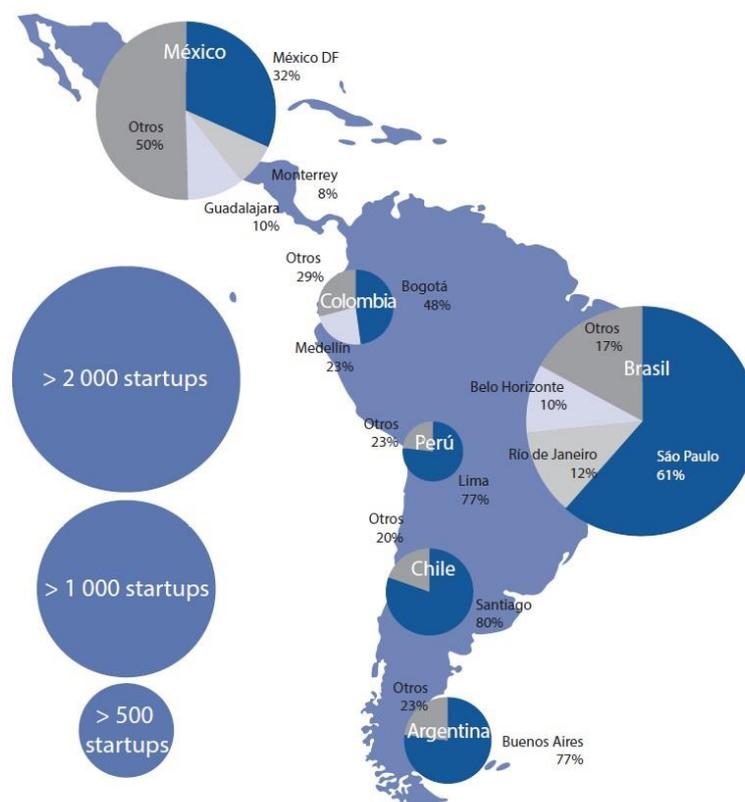
Introduction.....	3
Startups Mexicaines : le vent en poupe	4
Incubateurs et accélérateurs au Mexique.....	4
Startups mexicaines : les plus importantes.....	5
Success stories.....	6
Startups mexicaines prometteuses	7
Lavadero	7
Kichink	7
Carmatch	7
Atlantia Search	8
e-Commerce	9
Aperçu	9
Tendances actuelles du marché	11
Méthodes de paiement en ligne préférées.....	12
B2C e-Commerce.....	12
M-Commerce.....	13
Publicité numérique	14
Les médias sociaux	15
Cyber-promotions.....	16
Automatisation et robotique.....	17
Data centers.....	18
Conclusion.....	19
Annexe 1.....	20

Introduction

Durant ces dernières décennies, le Mexique a beaucoup investi pour dynamiser l'écosystème entrepreneurial. Parmi les premières actions de cette direction figurent les réformes du cadre juridique, qui ont facilité la création d'un environnement favorable à la création d'entreprises innovantes. Le pays a donc, entre autres, fait le choix de dynamiser le monde des startups. Il a investi dans la promotion de la culture entrepreneuriale, devenant ainsi un lieu plus propice au développement de ces jeunes entreprises désireuses de s'étendre à l'international.

Le Mexique est en bonne voie pour devenir l'une des 10 plus importantes économies du monde endéans les 10 prochaines années. Au cours de ces trois dernières années, il a ouvert avec succès les secteurs de l'énergie et des télécommunications pour accroître la concurrence et l'investissement étranger. Quelques obstacles bureaucratiques et administratifs ont été supprimés, les secteurs financiers et bancaires ont été renforcés et une révision agressive du système éducatif a été appliquée.

Le Mexique est le pays d'Amérique Latine qui a le plus encouragé la promotion des startups entre 2012 et 2016. Grâce à ses efforts, il se situe à la seconde place des pays avec le plus de startups en Amérique Latine, après le Brésil. Voici, en guise d'illustration, un aperçu de la répartition des startups dans les villes les plus importantes des pays d'Amérique Latine.



Fuente: Elaboración de los autores con base en AngelList (2016).

Startups mexicaines : le vent en poupe

La stratégie du Mexique vise à promouvoir les startups avec un impact mondial et à considérer l'Amérique latine, les États-Unis et l'Europe comme des alliés potentiels. La coopération régionale et internationale dans les politiques de soutien pour les startups apparaît comme un élément nouveau et à fort potentiel pour le Mexique. Entre 2012 et 2016, le Mexique a privilégié le soutien aux nouvelles entreprises novatrices dans le cadre de la stratégie nationale de compétitivité, d'innovation et de croissance, et a renforcé les institutions d'aide aux entreprises. À titre d'exemple, les coûts énergétiques liés à l'électricité ou l'essence ont été réduits, et la réforme énergétique nationale a renforcé la compétitivité des entreprises au cours de ces 2 dernières années. Dans un même temps, la récente réforme des télécommunications a permis une réduction du prix des abonnements téléphoniques facilitant l'accessibilité de ces services aux entrepreneurs.

L'Institut national de l'entrepreneur (INADEM), organe du Ministère de l'économie, a comme priorités la promotion de l'innovation, la compétitivité, la projection nationale et internationale des entreprises ainsi que le financement et l'investissement privé dans l'activité productive.

Un autre organisme important dans le soutien des startups mexicaines est la Banque nationale de développement financier (NAFINSA). Par le biais de programmes de capital-risque, NAFINSA investit dans quatre fonds d'investissement et soutient des initiatives de *crowdfunding* afin de renforcer l'investissement privé dans les startups.

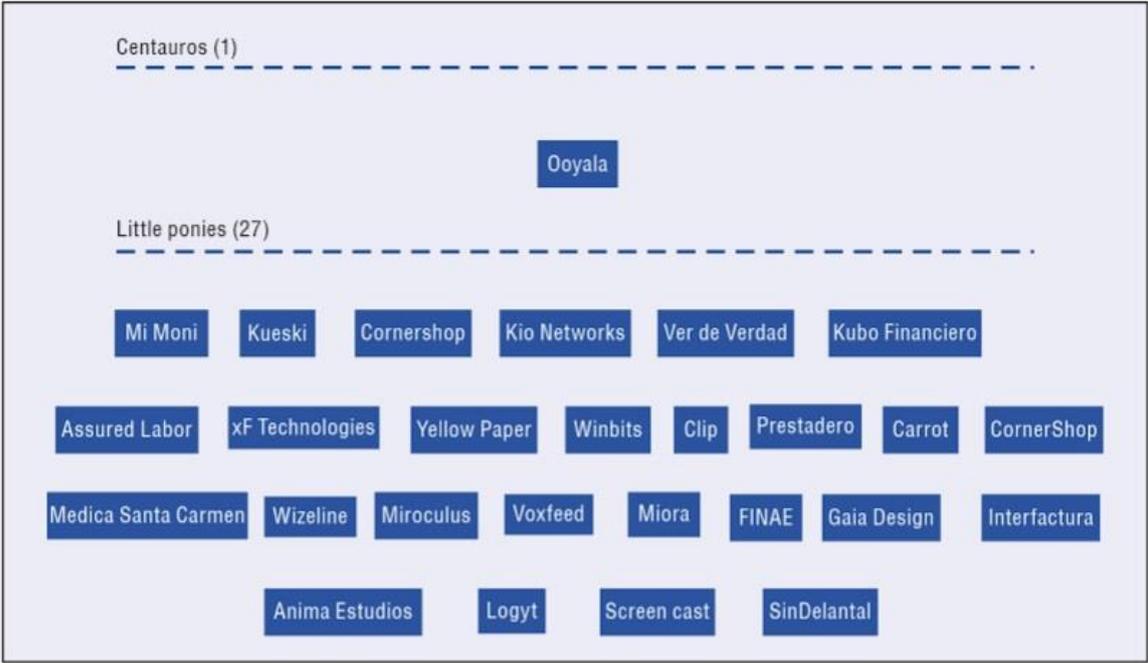
Dans le même temps, le soutien aux entrepreneurs se poursuit grâce au soutien public direct pour les incubateurs et les accélérateurs. Les incubateurs les plus importants ont doublé leur nombre entre 2014 et 2016. De plus, plusieurs de ces incubateurs et accélérateurs se concentrent progressivement sur les démarrages à fort potentiel de croissance et à contenu innovant, comme c'est notamment le cas de « Startup Mexico ».

Incubateurs et accélérateurs au Mexique

Startup Mexico (SUM) est un incubateur qui sert de plate-forme de support intégral pour les entreprises nouvellement créées et à fort impact. SUM offre des financements et des services à l'intention des entrepreneurs à l'aide d'espaces de co-working et de services de mentorat direct. Depuis sa création en 2013 et jusqu'à 2016, SUM a reçu environ 5000 applications et a supporté 130 startups dont 113 (86%) continuent à fonctionner à l'heure actuelle.

Startups mexicaines les plus importantes

Dans le domaine des startups, les termes *licornes* (1), *centaures* (2) et *petits poneys* (3) se réfèrent respectivement à une évaluation de capital de plus d'un milliard de dollars US (1) ; un capital compris entre 100 millions USD et 1 milliard USD (2) ; et un capital entre 10 et 100 millions USD (3). D'après les données de l'Association mexicaine de capital-risque (AMEXCAP) en 2016, le Mexique compterait un *centaure* et 27 *petits poneys*¹.



¹ Startup América Latina 2016: Construyendo un futuro innovador <http://www.oecd.org/publications/startup-america-latina-2016-9789264265141-es.htm>

Success stories

Il existe au Mexique plusieurs cas de succès de startups qui développent des technologies innovatrices et compétitives et qui contribuent à la transformation économique du pays. En voici trois exemples:

Semka Biomedical Technology:

Semka développe une technologie biomédicale innovante pour le traitement des cellules tumorales qui permet un traitement personnalisé contre le cancer. La société a été soutenue par l'un des programmes de l'Institut national des entrepreneurs (INADEM) et a remporté plusieurs concours.



http://www.medicaltimes.com.mx/6/tecnologia/phone/6_startupcancer.html

Enersureste:

La société est spécialisée dans les produits et les applications technologiques de l'énergie solaire thermique et révolutionne l'utilisation des énergies renouvelables au Mexique. La société a été soutenue par le programme «Incitations à l'innovation» du CONACYT² en 2010. En novembre 2014, Enersureste a remporté le Sommet mondial des entrepreneurs qui s'est tenu à Marrakech. À ce jour, ils ont plus de dix demandes de brevet.



<http://enersureste.com/>

Ticoy:

Ticoy est une société agro-industrielle spécialisée dans le traitement des aliments de haute qualité. Elle a été créée en 2006 et a bénéficié du soutien du Fond national pour les entrepreneurs. La société est rapidement passée de 15 à 150 employés en deux ans, et contribue à créer un créneau de haute qualité dans le secteur alimentaire traditionnel mexicain en offrant des alternatives saines de fromages, crèmes glacées et gâteaux.



<http://www.grupoticoy.com/es/>

² Conseil national pour les sciences et les technologies

Startups mexicaines prometteuses³

Lavadero

Personne n'aime consacrer du temps et de l'espace aux machines à laver, c'est pourquoi 'Lavadero' a été créé. Cette start-up a été décrite comme l'Uber des salons-lavoirs, car l'application et le site sont simples d'utilisation et vous aident à trouver des salons-lavoir dans la région, qui viennent chercher et ensuite renvoyer vos vêtements fraîchement lavés en 48 heures. Le service est actuellement présent dans certaines régions de la ville de Mexico. <http://www.lavadero.mx/>



Kichink



Dirigée par l'une des plus grandes entrepreneuses du Mexique, 'Kichink' vous permet de mettre en place un «magasin» en ligne et/ou d'y vendre vos produits, quels qu'ils soient. Tout le monde, des grandes entreprises aux petits artisans, peuvent bénéficier de ce service. Le recours à ce service est gratuit et facile à connecter à votre site web et aux médias sociaux. <https://www.kichink.com/>

Carmatch

La vente d'une voiture n'est jamais facile et la mission de 'Carmatch' est de vous en faciliter la tâche. Pionnière dans le domaine des enchères de voitures en ligne, cette application aide ceux qui n'ont pas la moindre idée de la valeur de revente de leur voiture. L'application vous permet soit de participer à l'enchère en cours et d'obtenir un prix raisonnable ou de la vendre directement à 'Carmatch'. Actuellement elle fonctionne dans les villes de México, Toluca et Puebla. <https://subastas.carmatch.mx/about>



³ <https://theculturetrip.com/north-america/mexico/articles/12-startups-in-mexico-you-need-to-follow/>

Atlantia Search

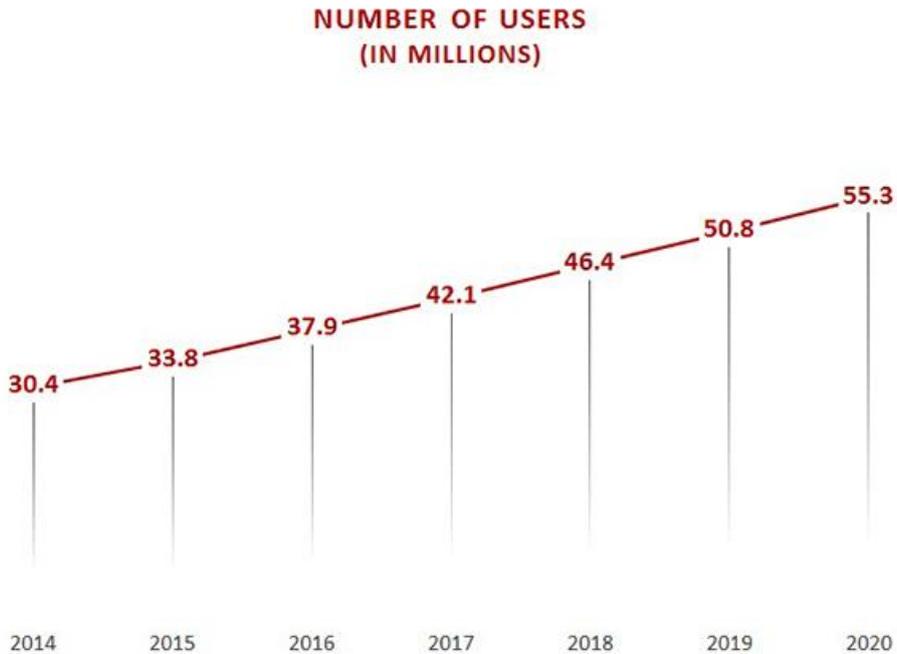
Fondée par trois entrepreneurs mexicains il y a quatre ans, 'Atlantia Search' vous fournira de façon simple et rapide l'étude de marché dont vous avez besoin. Ce projet vise à rendre plus facile l'accès à l'information spécialisée grâce à l'utilisation d'une technologie s'appuyant sur 3 axes d'information, les nouvelles technologies, des experts internationaux et un réseau appelé «intelligence collective». Les entreprises envoient simplement leurs besoins de recherche à 'Atlantia Search', qui utilise le processus susmentionné pour leur fournir toutes les informations demandées dans les 15 jours.



e-Commerce

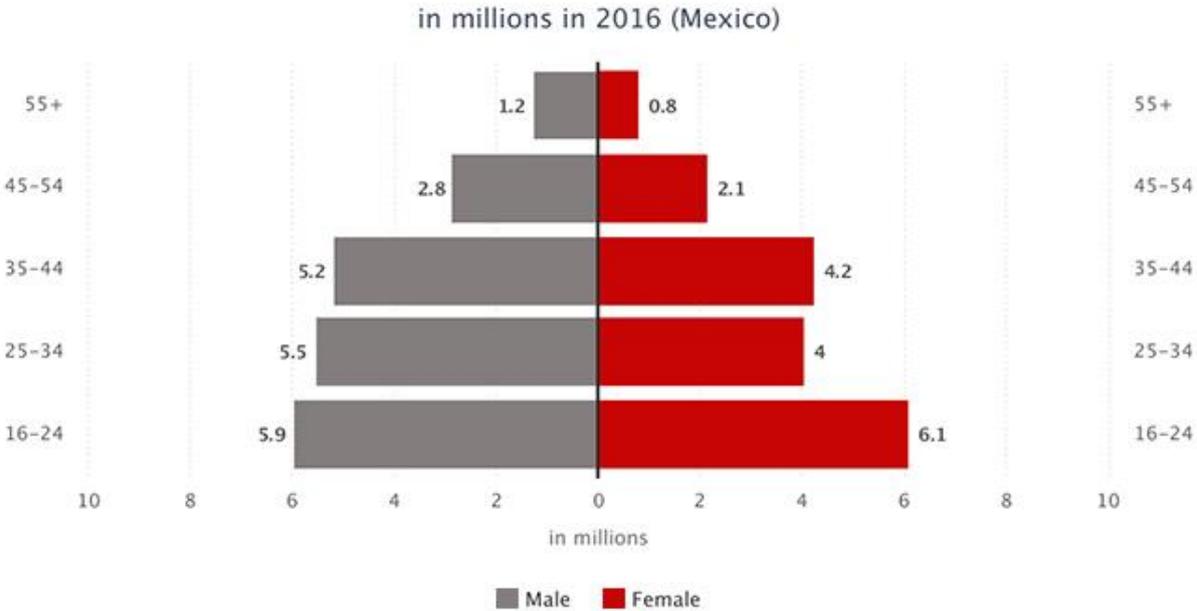
Aperçu

Selon les dernières données disponibles de l'Association mexicaine de l'Internet, le marché mexicain du commerce électronique avait une valeur de 16,2 milliards USD en 2015. Depuis lors, le marché n'a cessé de croître grâce à une meilleure connectivité et inclusion financière, ainsi qu'à la simplification de la logistique et de l'alphabétisation numérique. Le Mexique compte aujourd'hui 59,4 millions d'internautes. Cela représente un peu moins de la moitié de la population, ce qui laisse encore de la place à une croissance substantielle. Les achats en ligne représentent actuellement 2% des ventes au détail annuel, ce qui correspond à environ 203 milliards de dollars, et représente donc une grande opportunité compte tenu du fait que les Mexicains commencent à peine à adopter le commerce électronique. De même, il y a actuellement 42,1 millions d'acheteurs en ligne au Mexique, chiffre appelé à évoluer jusqu'à 55,3 millions d'ici 2020.



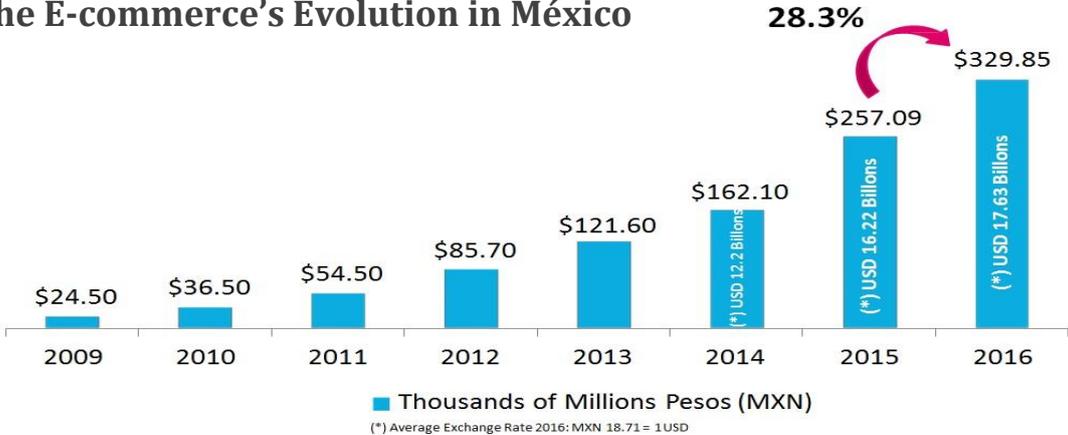
La segmentation des utilisateurs par groupe d'âge et genre montre que, conformément aux tendances mondiales, les utilisateurs les plus jeunes sont les plus susceptibles d'utiliser le commerce électronique. De façon inhabituelle, pour la tranche d'âge allant de 25 à 44 ans, les hommes sont plus enclins à acheter en ligne que les femmes. D'ici 2020, les hommes âgés de 16 à 44 ans devraient avoir une part de marché de 236 millions de dollars, comparé aux femmes du même âge dont la part de marché devrait être de 199 millions d'USD.

User by Age Groups and Gender in the e-Commerce market



À titre d'information, le graphique suivant nous montre l'évolution du chiffre d'affaire généré par ce marché durant ces huit dernières années. Nous observons une augmentation de 28.3% entre 2015 et 2016.

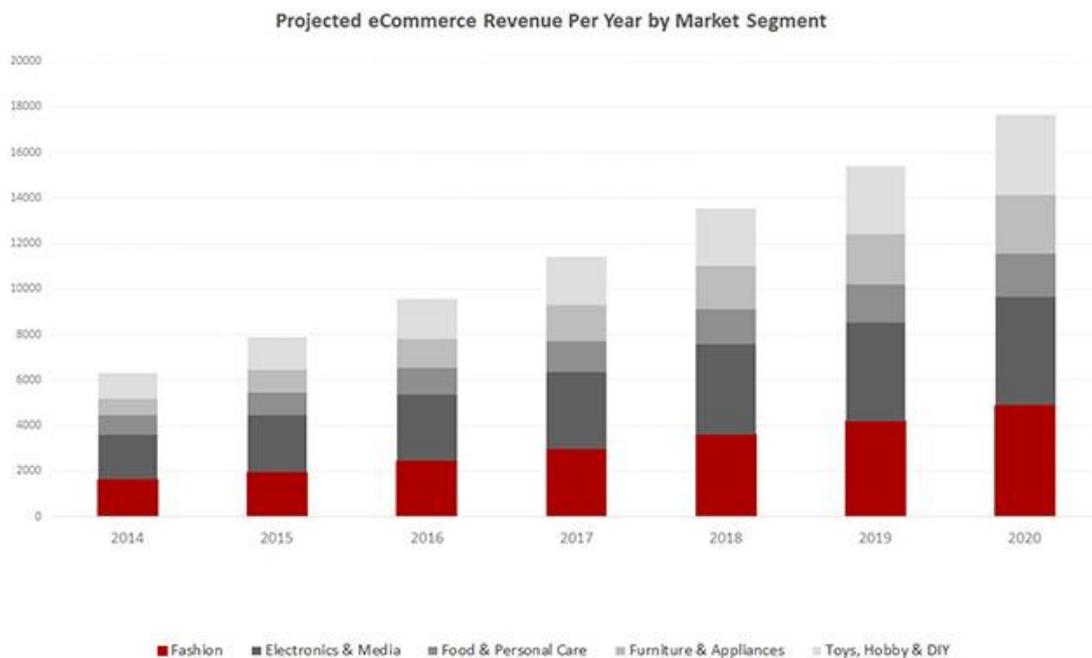
The E-commerce's Evolution in México



Tendances actuelles du marché

Les vêtements et les accessoires, les téléchargements numériques, les tickets d'événements et les jeux vidéo mènent clairement les catégories d'achats en ligne.

À titre d'information, vous trouverez ci-dessous une projection des revenus de l'e-commerce pour les années à venir, par segment de marché. Les achats de produits électroniques et de média représentent actuellement le segment le plus rentable, suivis de la mode qui devrait l'égaliser puis le dépasser d'ici 2020⁴.



International Purchases

Les achats en ligne via des sites étrangers (hors Mexique) ont augmenté de 60 à 67% entre 2016 et 2017.



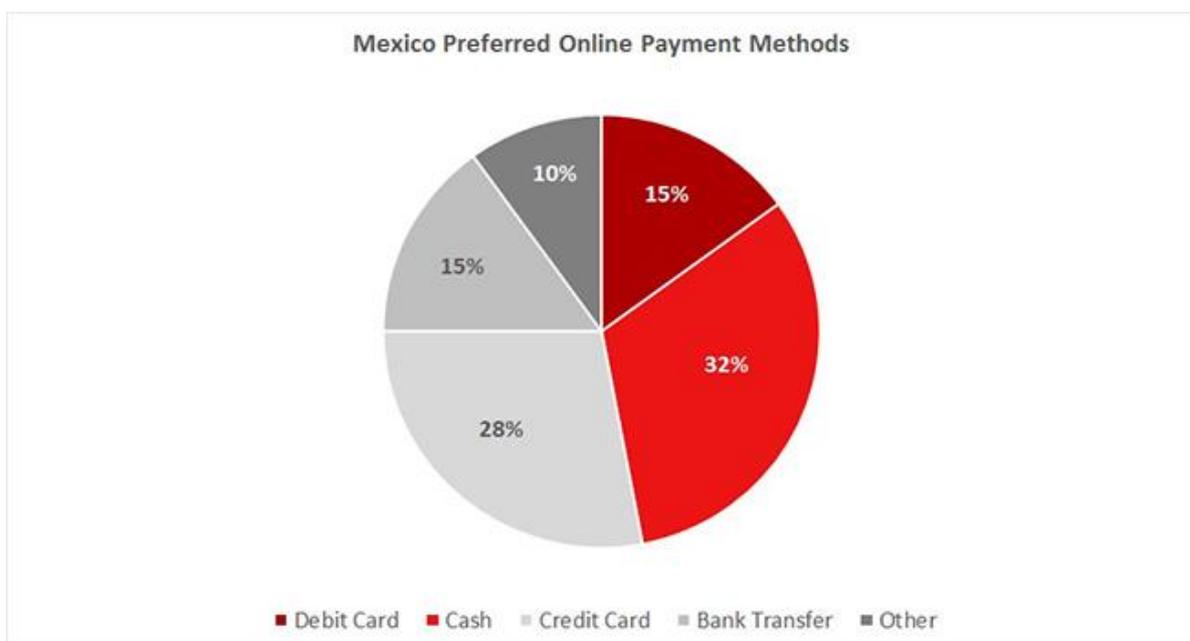
Two in three (67%) Online Shoppers purchased internationally.

2016: 60%

⁴ <https://www.export.gov/article?id=Mexico-ECommerce>

Méthodes de paiement en ligne préférées

D'une manière générale, PayPal, les cartes de débit et les cartes de crédit personnelles sont les modes de paiement préférés des Mexicains. Cependant, en raison d'un faible taux d'inclusion financière, de nombreux détaillants proposent des solutions de rechange telles que les paiements en espèces dans les magasins de proximité. Les meilleures incitations pour les acheteurs en ligne sont des options de paiement sécurisé, une livraison gratuite et une politique de retour garantie et peu complexe. Une tendance croissante à l'achat via des appareils mobiles est aussi très claire. Des moyens de paiement alternatifs sont donc nécessaires vu qu'il existe à peine 22,6 millions de cartes de crédit dans tout le pays, soit pour une population de plus de 122 millions. Les cartes de débit sont un moyen de paiement privilégié. On dénote une moyenne de près de 4 cartes de débit par ménage. Les paiements en espèces et les transferts bancaires sont également importants dans le pays.

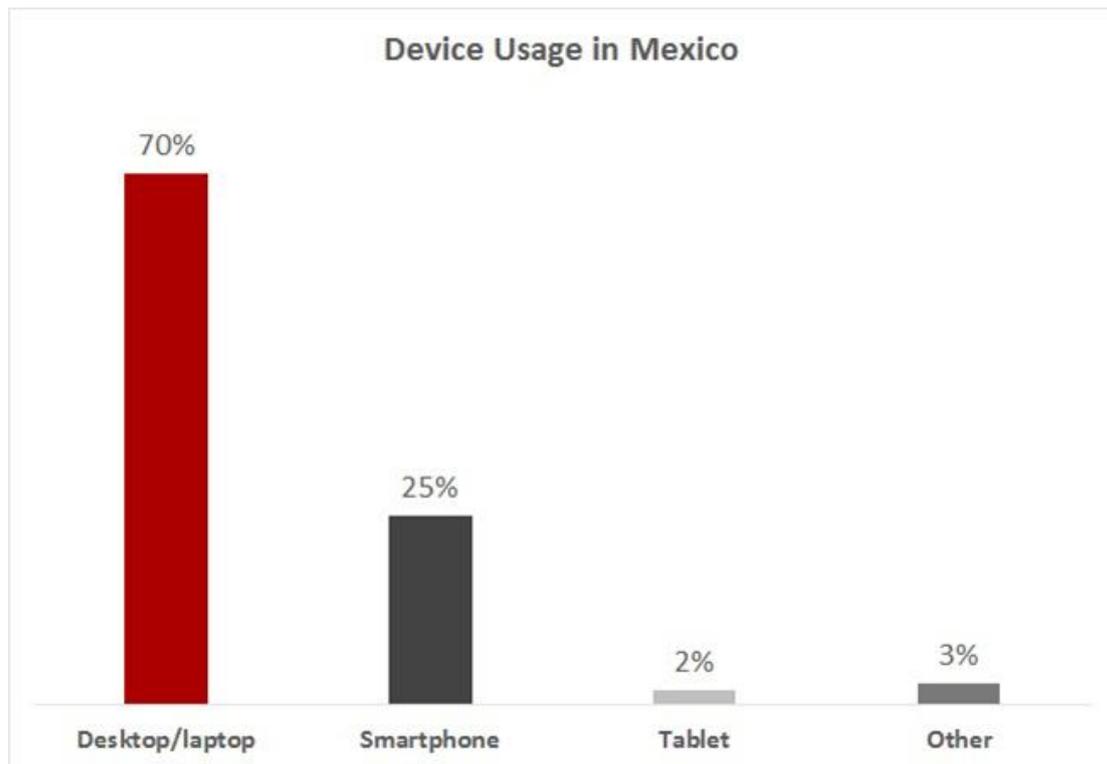


B2C e-Commerce

Les marchés en ligne tels que Mercado Libre, Linio et Amazon Mexico sont largement utilisés. Certains détaillants locaux ont d'ailleurs élargi leurs opérations de ventes en ligne. Walmart et Liverpool sont parmi les plus populaires.

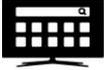
M-Commerce

Les téléphones mobiles sont une opportunité croissante sur le marché mexicain avec une pénétration du marché de 67,7% en 2015. Une baisse du prix des smartphones et leur adoption par les jeunes a entraîné une participation croissante des Mexicains dans le m-Commerce. Bien que de nombreux Mexicains effectuent des recherches de produits sur mobile, ils sont plus susceptibles de faire l'achat final sur leurs ordinateurs (70 %).



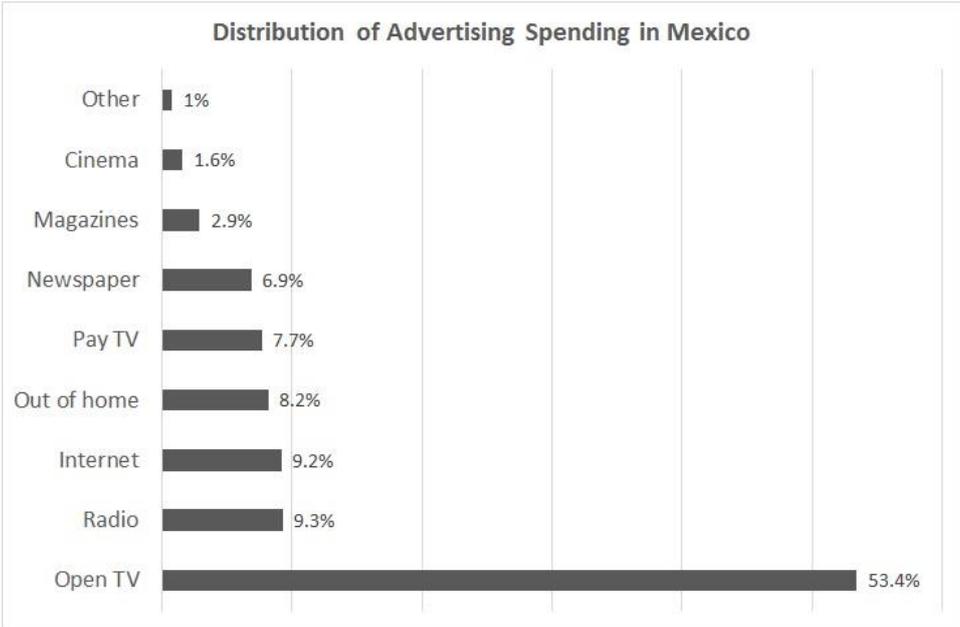
Entre 2016 et 2017, nous pouvons remarquer une hausse marquée des achats en ligne via smartphone et une hausse des utilisateurs de smartphone et tablette.

Device Usage
Among Online Shoppers

	Device Ownership		Device Used for Online Purchases	
	2016 (%)	2017 (%)	2016 (%)	2017 (%)
	91	92	85	85
 Mobile Device	90	92	62	70
 Mobile Device	53	57	31	32
Mobile Device (NET)	92	94	69	75
	-	63	-	-

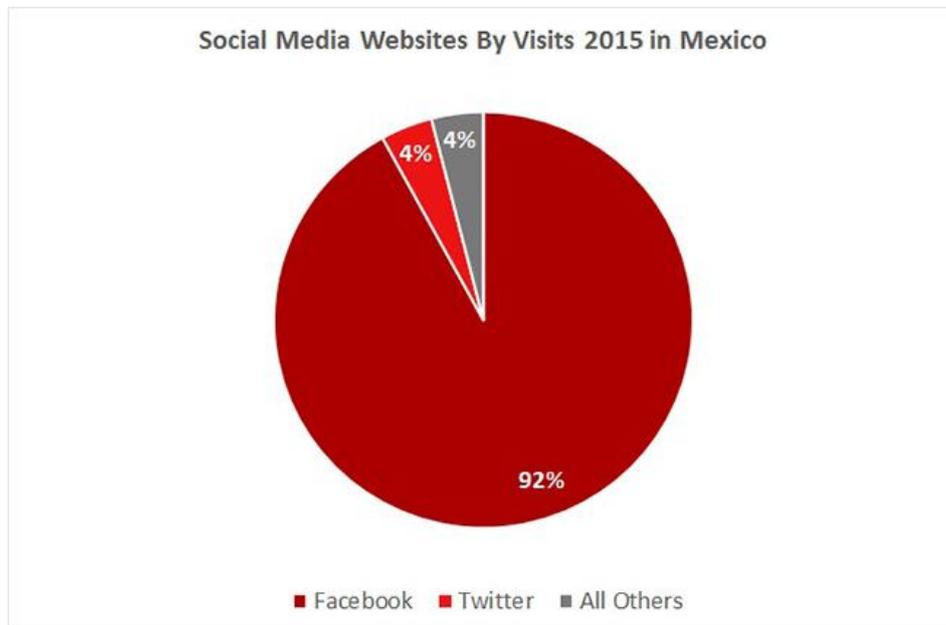
Publicité numérique

Les détaillants dépensent la plus grande partie de leur budget publicitaire à la télévision. Ces dernières années, la publicité numérique a rattrapé la radio et les formes de publicité plus traditionnelles comme les journaux et les magazines.



Les médias sociaux

Le Mexique compte 50 millions d'utilisateurs actifs sur Facebook. L'utilisateur moyen des médias sociaux passe 3 heures et 46 minutes sur les plateformes sociales tous les jours. Facebook est suivi en popularité par Twitter, Tumblr, Pinterest et Google+.



Les acheteurs mexicains déclarent être très influencés par les réseaux sociaux lors de leurs achats. C'est en ligne qu'ils effectuent des comparaisons de prix, recherchent des fonctionnalités de produits ou trouvent des magasins à proximité avant de prendre leurs décisions d'achat. Nos sociétés cherchant à tirer parti des médias sociaux devraient donc investir dans Facebook, vu que les Mexicains tendent à s'engager davantage avec des marques présentes sur Facebook, et qu'ils utilisent régulièrement Twitter pour suivre les célébrités et analyser leur style de vie ou de consommation.

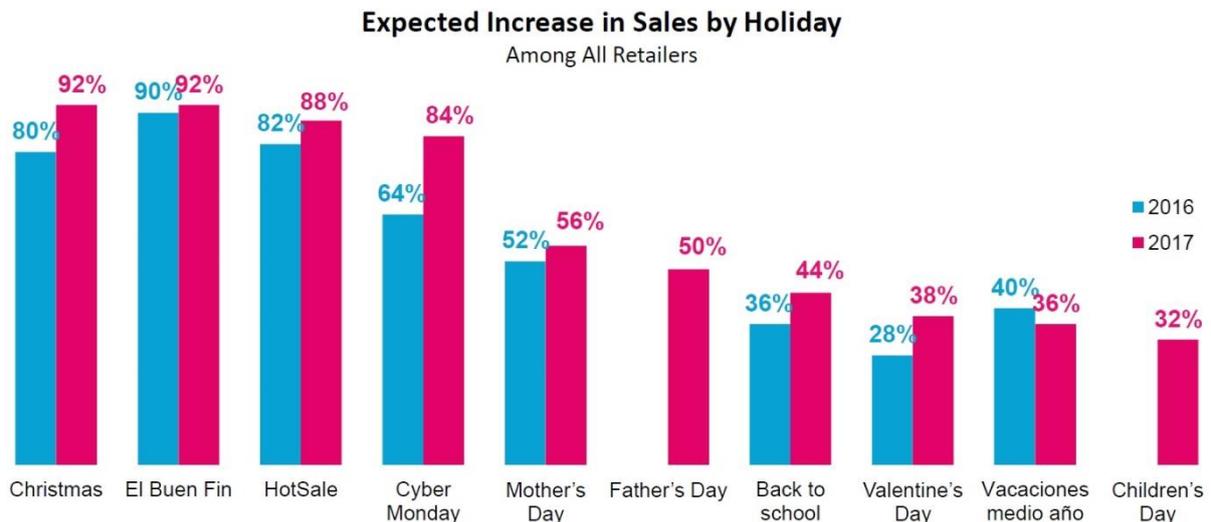
La publicité sur écran est un moyen efficace d'utiliser des budgets publicitaires, les détaillants affichant des taux de clics de 0,23%, soit plus du double du taux américain de 0,09%⁵.

⁵ <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/>

Cyber-promotions

Le Mexique offre plusieurs événements pendant lesquels les détaillants proposent diverses promotions ou soldes. Ainsi, les détaillants signalent le plus grand nombre de ventes issues du commerce électronique lors du «Buen Fin» de la mi-novembre, soit 5 jours de soldes tous secteurs confondus du jeudi au dimanche. Cette action s'inspire du « Black Friday » aux États-Unis. Le deuxième plus grand événement est le "Hot Sale", une initiative de l'Association mexicaine des détaillants en ligne où les gérants de commerce électronique offrent des réductions importantes sur une période de trois à quatre jours. Cette action se déroule à la fin du mois de mai / début du mois de juin. Les autres périodes d'achat majeures sont similaires à la plupart des pays : Noël, Cyber Monday, la journée des enfants (30/4), Mother's Day, fête de l'indépendance...

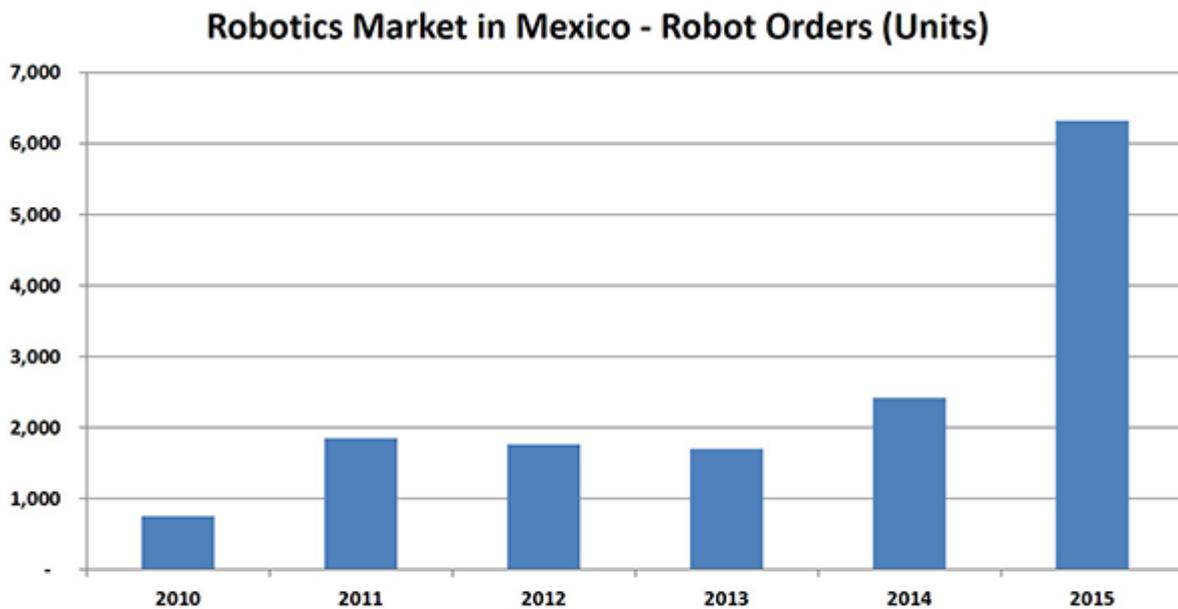
Voici, en guise d'illustration, un graphique montrant l'évolution des achats des consommateurs entre 2016 et 2017, en fonction des principaux événements et périodes de vacances⁶.



⁶ <http://www.eshopworld.com/blog-articles/mexican-e-commerce-insights/>

Automatisation et robotique

Le marché mexicain de l'automatisation industrielle et de la robotique connaît à l'heure actuelle un important développement, notamment avec les industries très prospères de l'automobile et de l'aérospatial, de l'électronique grand public et du médical. Notons que le Mexique se démarque parmi les puissances industrielles mondiales de par sa très forte production automobile, qui devrait faire du pays le sixième producteur dans le secteur d'ici 2020.



Mexico's robotics market breaks sales records in 2015. (Courtesy of the Robotic Industries Association)

L'automatisation et à la robotique permettent au pays de répondre aux exigences des investissements directs étrangers (IDE) des marques automobiles allemandes et japonaises, qui mettent davantage de pression sur les usines locales pour accroître la qualité, la sécurité, et la performance.

En parallèle à l'industrie automobile mexicaine, l'industrie aérospatiale augmente elle aussi très rapidement. Des entreprises comme Airbus et Boeing se sont installées au Mexique.

De même, l'industrie des aliments et des boissons est également en croissance, et utilise de plus en plus la robotique, généralement dans l'emballage et la palettisation⁷.

⁷ <http://www.infopl.net/actualidad-industrial/item/103430-mexico-crece-automatizacion-robotica>

« Data centers »

De plus en plus d'entreprises utilisent les services de stockage en ligne (cloud), l'échange de données et la vidéoconférence, entre autres. La quantité de données transmises et stockées augmente de façon exponentielle. Tout ceci nécessite des progrès dans l'infrastructure, mais aussi dans l'innovation de la gestion des centres de données.

Ces derniers sont aujourd'hui en pleine croissance et continueront sans nul doute de croître, la technologie étant de plus en plus utilisée par l'utilisateur final. L'élément déclencheur fut bien sûr l'Internet, la connectivité au centre de données, ainsi que l'utilisation des appareils mobiles. De plus en plus d'utilisateurs ont accès à des appareils mobiles. Les entreprises et le gouvernement mexicain fournissent aux utilisateurs des portails et des applications nécessitant des « data centers » pour leur fonctionnement.

Eduardo Rocha, président international de l'ICREA (Internet Computer Room Experts Association), a indiqué que les secteurs les plus favorisés par cette croissance seront ceux des services bancaires et financiers, de l'énergie, ainsi que des hôpitaux et des gouvernements. De même, les pays offrant les plus grands marchés d'Amérique latine sont le Brésil (40%), le Mexique (20%) et l'Argentine (10%).

Dans de nombreux cas au Mexique, le défi demeure d'établir un centre de données certifié adéquat, non seulement en termes de normes matérielles et logicielles, mais aussi en termes de qualité des services et d'infrastructure. Selon les audits de l'ICREA, les principales vulnérabilités physiques des centres de données mexicains se situent dans la climatisation et les installations électriques, ainsi que dans l'offre insuffisante de main-d'œuvre qualifiée pour bien construire et certifier les installations des centres de données⁸.

⁸ <http://searchdatacenter.techtarget.com/es/cronica/Renovacion-de-centros-de-datos-en-Mexico-gran-oportunidad-de-negocio>

Conclusion

Aujourd'hui, les startups mexicaines ont le vent en poupe grâce au soutien de l'état aux entreprises novatrices, notamment en matière d'énergie. En témoignent les succès de Semka, de Enersureste, de Ticoy, de Lavadero, de Kichink, de Carmatch et de Atlantia Search. Le secteur de l'e-commerce est en nette croissance grâce à une meilleure connectivité et inclusion financière, ainsi qu'à la simplification de la logistique et de l'alphabétisation numérique.

Si les vêtements et les accessoires, les téléchargements numériques, les tickets d'événements et les jeux vidéo sont les produits les plus achetés sur Internet, le PayPal, les cartes de débit et les cartes de crédit sont les moyens de paiements privilégiés des Mexicains. Le m-Commerce est à l'état embryonnaire car si les acheteurs effectuent leurs recherches sur leur téléphone portable, l'acte d'achat final s'effectue la plupart du temps sur l'ordinateur. Il en est de même pour la publicité numérique, qui bien qu'elle ait rattrapé la radio, les magazines et les journaux, demeure marginale par rapport à la télévision. Les réseaux sociaux quant à eux jouent un rôle crucial dans le processus d'achat car ils permettent de se renseigner sur les tendances, et les Mexicains préfèrent sans nul doute les produits présents sur Facebook. Les occasions d'achat les plus répandues sont le « Buen fin », le Hot Sale, et les autres grands événements annuels (fête des mères, journée des enfants, Noël, etc.). Grâce aux industries de l'automobile, de l'électronique, du médical, de l'aérospatial, des aliments et des boissons, le marché de l'automatisation industrielle et de la robotique connaît à l'heure actuelle un développement substantiel.

Ainsi, au vu de sa situation géographique de premier ordre, de ses nombreux accords de libre-échange avec plus de 40 pays et d'un secteur industriel florissant, le Mexique est prêt à rejoindre les grandes puissances de la quatrième révolution industrielle. Bien que disposant d'une main-d'œuvre à moindre coût, le pays a bien compris que la robotisation et le numérique avaient tout à fait leur place dans le paysage industriel mexicain en cette aube du XXI^{ème} siècle. Le pays s'est ainsi lancé le défi ces dernières années de renforcer son économie de l'innovation et de favoriser l'accès aux dernières technologies à une plus grande partie de sa population. Comme nous le montre l'encadré repris en annexe 1, le pays a déjà parcouru la moitié du chemin, se situant, d'après le Forum économique mondial, à la moitié du classement. Mais il lui reste encore d'autres défis à relever en la matière, d'où la place laissée en ce secteur aux sociétés internationales et *ipso facto* les opportunités d'affaire pour nos sociétés.

Annexe 1

<i>Le classement de l'économie de l'innovation au Mexique (2017 parmi 138 pays)</i>	
<i>Préparation technologique</i>	
Disponibilité des dernières technologies	52
Absorption technologique de niveau industriel	61
IED (FDI) et le transfert de technologie	22
Utilisateurs d'Internet% pop.	66
Abonnements Internet haut débit/ 100 pop.	65
Bande Internet avec kb / s / utilisateur	89
Abonnements haut débit mobile / 100 pop.	74
<i>Innovation</i>	
Capacité d'innovation	67
Qualité des institutions de recherche scientifique	44
Dépenses des sociétés en R & D	76
Collaboration université-industrie en R & D	52
Achats gouvernementaux de technologies de pointe	88
Disponibilité des scientifiques et des ingénieurs	55
Candidatures aux demandes de brevet PCT / millions de pop.	60

Source : World Economic Forum Global Competitiveness Report 2017