

Delair : quand l'internationalisation propulse un spécialiste français du drone

Créée en 2011 par quatre ingénieurs toulousains, Delair est passée du statut de start-up à celui d'ETI (entreprise de taille intermédiaire) en moins de cinq ans, en s'imposant comme un acteur majeur européen des drones industriels et de défense. Pour Big média, Bastien Mancini, cofondateur de l'entreprise, démontre l'importance de l'export dans la croissance de Delair.

Portraits # International

23 juin 2025

Temps de lecture: 5 min



Marché dominé par des géants américains et chinois, Delair a su se faire une place dans le secteur du drone. Fondée à Toulouse en 2011, cette PME, devenue ETI, a connu une croissance exponentielle, portée par une stratégie basée sur l'export et l'internationalisation. Présente dans 70 pays, l'entreprise mise sur une technologie robuste et des marchés ciblés avec l'ambition de devenir le leader européen du drone professionnel.

Des drones pour des zones difficiles d'accès

Comme souvent, l'idée entrepreneuriale de Delair est partie d'un besoin « Deux de nos associés travaillaient dans une entreprise pétrolière et avaient besoin de surveiller des sites reculés », raconte Bastien Mancini. Pour répondre à cette problématique, les quatre jeunes ingénieurs ont créé des drones longue portée, capables de parcourir jusqu'à 50 km, bien au-delà de ce que permettaient les appareils de l'époque. S'appuyant sur une réglementation française favorable aux drones légers, l'équipe a misé dès le départ sur cette spécialisation technique pour se démarquer de la concurrence.

Pour grandir, Delair a fait rapidement le choix de l'export en répondant à des besoins sur plusieurs secteurs : l'industrie, l'agriculture ou encore la cartographie. Après un pic de croissance, l'entreprise a décidé de favoriser deux secteurs porteurs : l'industrie et la défense. « *Les conflits récents ont accentué la demande de drones et de robotisation en termes de sécurité et de défense. On est allé chercher la rentabilité en se concentrant sur trois continents : l'Europe, l'Afrique et l'Asie du Sud-Est* », explique Bastien Mancini. Une stratégie payante alors que leur chiffre d'affaires est passé de 10 millions d'euros en 2023, à 30 en 2024, avec une projection à 60 millions pour 2025 selon Bastien Mancini.

L'international comme ADN entrepreneurial

Pour Delair, l'internationalisation a été une nécessité stratégique dès le début. « *Nos drones étaient conçus pour des clients en Afrique et en Amérique du Sud. Pendant longtemps, l'export représentait 75 % de notre chiffre d'affaires* », rappelle Bastien Mancini. Même si la répartition est aujourd'hui plus équilibrée (50/50), le volume a quant à lui augmenté au fil des années. Cette expansion rapide à l'étranger a été accompagnée par Bpifrance, à travers ses dispositifs d'exportations (direction de l'export, missions internationales, etc.). « *Ils nous aident à valider les marchés, à cibler les prospects, à participer à des salons. À l'étranger, on est vite seul, donc partir en délégation, ça change tout* », note le dirigeant.

Au-delà de la stratégie et des retombées financières, l'international fait partie de l'identité de Delair. « *On compte une trentaine de nationalités dans nos équipes. Cette diversité nous rend plus agiles, plus ouverts culturellement aux différents marchés* », indique Bastien Mancini. Ce parti pris a également profité à leur image. « Nous ouvrir à l'export depuis la province, qui est moins tournée vers l'international que Paris, ça nous a permis de nous extraire de l'image d'une simple entreprise toulousaine. »

Entre ambition technologique et vitrine mondiale

Plus que l'impact commercial, l'internationalisation a permis de développer le produit. « *Nous confronter à des utilisateurs dans des climats extrêmes ou sous des contraintes spécifiques, comme en Ukraine ou en Afrique de l'Ouest, nous pousse à innover et développer nos drones* », insiste Bastien Mancini. Il met notamment en avant le fait que le retour terrain a été primordial pour concevoir des drones robustes, résistants au brouillage ou aux conditions météorologiques difficiles. Des avancées technologiques qui l'incitent à rêver grand et devenir leader européen dans le domaine du drone : « *Il n'y a pas de leader européen à l'échelle mondiale aujourd'hui, mais entre 200 et 300 millions d'euros de chiffre d'affaires, on peut le devenir.* »

Le travail de l'image de l'entreprise à l'international devient essentiel et est l'une des raisons de la croissance constante de Delair. La marque, prononçable dans toutes les langues, bénéficie d'une réputation solide, en particulier en Afrique de l'Ouest, où le bouche-à-oreille joue en sa faveur. « *Avoir une marque identifiable pour le marché mondial, c'est très important. L'export, ce n'est pas juste vendre, c'est aussi assurer le support, incarner la fiabilité. Notre bonne image nous a aidé en Afrique où d'autres marchés ont entendu parler de nous en bien et ont fini par nous solliciter.* »

En ce qui concerne la suite, avant d'attaquer de nouveaux marchés, notamment en Amérique du Nord, en Asie ou Océanie, l'objectif est de franchir un palier décisif : « *On veut atteindre les 300 millions de chiffres d'affaires. Ensuite, peut-être qu'un troisième secteur s'ajoutera à l'industrie et à la défense.* »