

CES 2021 : des entrepreneurs français mitigés après cette édition virtuelle

Pandémie oblige, le CES de Las Vegas s'est déroulé du 11 au 14 janvier dans un format 100 % en ligne. Si les entrepreneur·euse·s français ont visiblement apprécié le maintien de l'événement, ils regrettent un manque d'opportunités... et des problèmes techniques.

Le cru 2021 du Consumer Electronics Show (CES) restera particulier. Du 11 au 14 janvier, le salon s'est entièrement déroulé en ligne du fait de la pandémie de Covid-19. Les jeunes pousses du monde entier se sont retrouvées sur une plateforme en mesure d'héberger jusqu'à 1 500 stands virtuels - contre 4 500 environ lors des éditions classiques à Las Vegas (États-Unis). Les organisateurs affirmaient avant l'événement attendre « *entre 170 000 et 200 000 visiteurs* », soit peu ou prou le niveau habituel.

Cette formule 100 % numérique mettait à disposition des startups, pendant les quatre jours de salon et jusqu'à un mois après, une « vitrine » à destination d'un public ciblé en amont. Dans les faits, des visioconférences B2B étaient organisées entre les entreprises et leurs partenaires ou clients potentiels. La délégation française, qui fait historiquement partie des plus importantes, était une nouvelle fois en force selon Business France - qui a, pour l'occasion, sélectionné 16 startups dans le cadre d'un concours national. Après coup, les

avis des entrepreneur·euse·s ayant participé sont mitigés. Témoignages.

Édouard Ladroit, président-directeur général d'Udini

Ce que propose sa startup : « L'ambition d'Udini est d'aider les dentistes à être plus performants dans leur pratique grâce au numérique et à l'intelligence artificielle (computer vision et machine learning). Nous voulons contribuer à la démocratisation du numérique dans le secteur avec notre solution Pix+, qui permet de retoucher automatiquement les photos orthodontiques (redresser, couper, détourer les visages, etc.). Cela constitue, d'ordinaire, un travail manuel chronophage, généralement réalisé par les assistants. Notre seconde solution, Smile+, sera lancée dans les prochains mois et permettra de créer le sourire idéal de chaque patient dans le cadre de traitement prothétique (dents abîmées ou manquantes). Les dentistes pourront ainsi avoir, en quelques secondes et sans formation préalable, un résultat semblable à ceux obtenus par les spécialistes en esthétique dentaire. »

Ce qu'il a pensé du CES 2021 : « Il y avait des avantages et des inconvénients. Parmi les plus : des coûts, une préparation et une organisation bien moindres. Parmi les moins : le manque d'interactions et d'opportunités. Nous n'avons signé aucun contrat lors de cette édition, qui était la première pour nous. Ce n'était pas le but non plus, au vu de notre cible. 90 % des contacts que nous avons eus correspondent à des sociétés qui voulaient vendre leurs prestations de développement ou produits numériques.

Nous avons eu quelques contacts intéressants de la part de VCs, avec qui nous allons échanger prochainement, via la plateforme. Il y a également eu des retombées grâce à la communication française autour du CES et des sollicitations en vue de partenariats.

En revanche, la plateforme proposée par le salon était catastrophique. L'expérience utilisateur était très mauvaise, ce qui est surprenant de la part d'un organisateur d'un salon tech aussi reconnu que celui-ci. »

À lire aussi

[Le télescope français Vespera célébré au CES 2021](#)

Katya Lainé, présidente-directrice générale de Kwalys

Ce que propose sa startup : « Kwalys est un fournisseur de bots, de plateformes et d'IA conversationnelle ainsi qu'un expert en assistants virtuels intelligents (voicebot, callbot et chatbot). Nous accompagnons la transformation des organisations par la mise en place d'assistants virtuels multicanaux pour tous les métiers et domaines d'activité, avec une spécialisation sur les canaux voix (assistants au téléphone ou sur les enceintes connectées). Lors de ce CES, nous avons lancé Ivy AI, notre plateforme d'IA conversationnelle. Nous espérons qu'elle puisse, à l'avenir, venir concurrencer les solutions proposées par les Gafam. »

Ce qu'elle a pensé du CES 2021 : « Pour la deuxième fois consécutive, nous faisons partie des startups lauréates de Business France. Cette année, le contact physique manquait. Il permet de créer un lien avec les visiteurs et de comprendre plus vite leurs besoins.

Je regrette l'absence de cette effervescence et le ressenti même de l'innovation que l'on capte tangiblement dans l'air de Las Vegas. Lors d'un salon physique, tous les sens participent. On vit l'événement, car toute la ville vit au rythme de ce salon pendant une semaine. Il y a une vraie magie qui opère. Cela ne s'est pas ressenti sur la version numérique : on a eu une expérience en 2D, très plate, distante et en sens unique. Exposer sa solution lors d'un tel rendez-vous mondial reste une opportunité unique, d'autant plus quand on veut s'imposer comme une alternative aux solutions des Gafam. La visibilité est indispensable, davantage encore en période de crise. Cela nous a permis d'enregistrer cette année autant de leads qualifiés en 2 jours qu'en 4 jours d'exposition en présentiel. »

À lire aussi

[CES 2021 : Kalray se veut optimiste quant à son succès dans l'automobile](#)

Erwan Rouzel, directeur technique de b-cube.ai

Ce que propose sa startup : « b-cube.ai propose une marketplace de bots de trading pour les cryptomonnaies, faisant usage de l'intelligence artificielle, du machine learning, de l'analyse de sentiments et d'autres modèles mathématiques. Notre but est de permettre au plus grand nombre de saisir les opportunités du marché. Les utilisateurs connectent par exemple leur compte Binance à notre plateforme, puis nous exécutons dans leur compte les signaux de trading visant à générer des profits. Nous ne possédons pas les fonds des utilisateurs.

Notre mission est de mettre à disposition des citoyens « lambda » des produits financiers performants, jusqu'ici réservés aux plus fortunés. Nos bots, dont les derniers sont sortis en novembre, sont le fruit de notre approche scientifique en lien avec l'université Paris-Saclay. Nous ouvrirons notre plateforme à des auteurs de bots tiers en 2021 pour enrichir la marketplace, et lancerons une fonctionnalité qui permettra à chacun de développer ses propres bots sans connaissance en programmation. »

Ce qu'il a pensé du CES 2021 : « Nous n'avons pas connu la version physique, puisqu'il s'agit de notre première participation. Et je vais être honnête : notre bilan n'est pas très positif. Tout d'abord, de nombreux problèmes techniques sur la plateforme et un support client très peu réactif qui ne répondait pas à la plupart des demandes. Il était nécessaire de demander à Business France de pousser les demandes plusieurs fois avant qu'elles aboutissent. Donc l'organisation, côté CES, était vraiment chaotique avec des informations données au compte-goutte et parfois contradictoires. Business France qui a remué ciel et terre pour compenser cela.

La mayonnaise n'a pas vraiment pris avec ce format 100 % numérique. Très peu de contacts qualifiés, surtout du « spam » d'autres exposants qui souhaitent vendre ou faire connaître leur produit. C'est légitime, mais lorsqu'il s'agit d'un produit qui n'a rien à voir avec ce qu'on fait, ce n'est pas pertinent. Une seule prise de contact pertinente a eu lieu dans notre cas, via le chat de notre page, avec un journaliste coréen. La Corée du Sud étant active sur les sujets cryptos, c'est un marché stratégique.

Le format en ligne a été bénéfique dans le sens où nous avons bénéficié de l'aura incomparable du CES en matière de visibilité. L'événement en ligne ne peut, cela dit, pas prétendre remplacer l'événement physique. Si les seules opportunités en matière de relations publiques justifient à elles seules notre participation, nous n'avons pas eu d'opportunité business : en veulent pour preuve nos statistiques Google Analytics, qui ne montrent aucune variation sur

la période du CES. Un calme plat, voire même une légère baisse !

Il faut tout de même noter qu'en tant que startup crypto/blockchain, la seule de la délégation tricolore, nous sommes un peu en marge du cœur de cible du CES. Nous ne pouvons pas attendre autant de retombées que les entreprises hardware. Je reste convaincu que malgré les efforts réalisés, il n'est pas possible de remplacer un événement physique, qui présente de multiples dimensions humaines impossibles à reproduire dans une version numérique. »

Article écrit par ARTHUR LE DENN