Le CES, efficace ou sans intérêt pour les startups ?

Du 9 au 12 janvier 2018, comme chaque début d'année, la planète Tech / Innovation / Startup va s'agiter et se concentrer pendant quelques jours sur le CEO de Las Vegas. Nombreuses sont les startups qui rêvent d'y aller, alors nous nous sommes posés la question : le CES, est-ce vraiment utile lorsqu'on est entrepreneur ? Eléments de réponse.

Temps de lecture : minute

---

21 décembre 2017

Créé en 1967 pour fédérer et donner du poids à une industrie naissante, à savoir celle de l'électronique grand public, le Consumer Electronic Show ou CES, a depuis vu éclore la plupart des grands noms américains du secteur tels que Google ou Apple, qui n'y a pour sa part plus jamais mis un orteil depuis 1992… Aujourd'hui, le CES est devenu l'événement de référence au niveau mondial et certains critiquent les prix exorbitants pour y assister tant en tant que visiteur qu'exposant… Alors, le prix en vaut-il la chandelle ?

Un événement hors norme où les Français ont la côte

Pour comprendre le CES, il faut tout d'abord s'intéresser à ses statistiques vertigineuses. En 2017, sur près de 220 000 mètres carrés, ce sont plus de 175 000 personnes qui ont foulé les allées du salon où plus de 200 startups françaises ont exposé. Alors le CES, simple événement business comme il en existe tant, ou lieu incontournable de l'innovation mondiale ? "*Tous les distributeurs du monde y sont présents, pour repérer les*

nouveaux produits qu'ils revendront l'année suivante. C'est un peu l'endroit où ils font leurs "courses" pour l'année, et donc un lieu idéal pour discuter avec eux !", explique Timothée le Quesne, CEO d'Energysquare qui y a exposé en 2017. "*Le CES, c'est surtout un nombre incalculable d'opportunités business, dans un grand nombre de domaines*", ajoute-t-il.

Y aller préparé, en sachant ce que l'on cherche

C'est indéniable, le CES est une grosse machine qui permet de multiplier les rencontres et les intérêts. Pourtant, cela n'a aucun intérêt d'y aller le nez au vent, pour profiter de la hype (temporaire?) de la French Tech. "*Contrairement à ce que l'on peut croire, les retombées ne sont que très peu commerciales, elles sont surtout RP et finance*", indique Bruno

Lussato, CEO de Wistiki qui a exposé au CES en 2015, 2016 et 2017. "*Le meilleur conseil que je puisse donner à ceux qui voudraient y aller pour exposer, c'est de privilégier au maximum les rendez-vous. Au final, il y a beaucoup de badauds dans les allées, des personnes qui veulent juste papoter ou faire de la veille techno. C'est sympa et très instructif d'échanger avec les curieux, mais beaucoup de jeunes startups y vont plutôt pour rencontrer des journalistes, investisseurs, responsables de centrales d'achats. Et eux sont statistiquement en faible nombre !*".

À lire aussi
WebSummit, Slush, Viva Technology, sur quel salon européen exposer en 2018 ?

Un avis partagé par bon nombre de Français ayant exposé à Las Vegas ces dernières années. "*Ce que nous cherchons au CES, c'est une exposition médiatique mondiale, une reconnaissance d'experts en capacité d'influencer les tech news. Nous y rencontrons à la fois nos*

futurs clients, mais également des investisseurs potentiels. Le plus important, c'est de bien préparer son pitch et ses rendez-vous. Il est trop tard lorsque on est sur place dans le rush de l'événement", explique pour sa part Cedrick Chappaz, CEO d'Hap2U.

Et si le CES est toujours si important, il n'en reste pas moins que l'émergence en Europe du Web Summit ou l'(hypothétique) émergence d'un événement de la même ampleur en Asie, devrait à coup sûr rebattre les cartes du jeu. Le vieux continent, demain, pourrait-il se rêver à son tour en nouveau centre névralgique de l'innovation mondiale ?

Article écrit par Hugues Deschaux