

Entrepreneur·e·s : ne boudez pas le SXSW !

Du 8 au 18 mars 2019, Maddyness s'est rendu au SXSW 2019 pour assister aux nombreuses conférences et découvrir les multiples projets présents durant le festival. Plus qu'un salon, le SXSW - qui existe depuis maintenant 30 ans - est un événement unique en son genre. On fait le point et on vous explique pourquoi.

Temps de lecture : minute

21 mars 2019

Depuis 1987, le SXSW (pour South by Southwest) rassemble plus de 300 000 visiteuses et visiteurs venus du monde entier pour prendre le pouls des futures tendances de la tech, de la musique et du cinéma. Entre conférences, avant-premières, concerts, soirées et activation en tout genre, il y en a pour tous les goûts, et de quoi satisfaire toutes les personnes qui y participent.

1. Un bouillon de créativité

En faisant converger ses trois thématiques - tech, musique et cinéma -, le SXSW offre à celles et ceux qui l'explorent un vrai bouillonnement de créativité où se mêlent les esprits innovants du monde entier. Le festival rassemble en effet de nombreux spécialistes aux profils éclectiques : des responsables d'entreprises, scientifiques, des personnes spécialisées dans la recherche, l'éducation ou même l'entrepreneuriat, des artistes et de grandes marques... Tous ces gens sont réunis pour partager leur expertise et leur vision. Selon Alexis Andres, consul général de France à Houston, le SXSW permet "*la convergence des faiseurs d'opinions*" et, de fait, d'appréhender les tendances futures, de nourrir sa créativité.

On y découvre également des activations de marques exceptionnelles, à l'image de celle d'Amazon Prime qui a profité de l'occasion pour présenter sa nouvelle série *Good Omens* en invitant les festivalières et festivaliers à " *une dernière fête avant la fin du monde*". Une idée qui a de quoi satisfaire l'appétit de votre directeur marketing.

2. Des conférences exceptionnelles

À défaut d'offrir des scénographies à couper le souffle, les conférences proposées par le festival sont une véritable source d'inspiration pour les entrepreneures et entrepreneurs du monde entier.

Avec des thématiques variées, allant du futur du travail à l'avenir de la blockchain, en passant par celui de l'intelligence artificielle (IA) et des transports autonomes, de l'éducation ou encore de la culture, le festival offre largement de quoi s'inspirer, prendre du recul sur ses idées, son business et ses certitudes.

Cette année, la tendance semblait notamment être à la régulation et à l'éthique. Blockchain, privatisation des données et IA étaient au cœur des discussions. Des speakers tels que Tyler et Cameron Winklevoss (les jumeaux à l'origine de Facebook), Kevin Systrom et Mike Krieger (les fondateurs d'Instagram) ou encore Alexandria Ocasio-Cortez (plus jeune représentante du Congrès américain) sont venus partager leur vision de l'innovation et de l'avenir de nos sociétés.

Attendue sur ces thématiques, la France était également au rendez-vous, et ce malgré une présence limitée. On retrouvait entre autres des intervenants tels que Sarah Durieux, directrice de Change.org et Sébastien Soriano, président de l'Arcep (Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, ndlr), lesquels ont respectivement abordé le pouvoir des civic tech et la régulation de l'intelligence artificielle.

Toutes ces thématiques ont été abordées dans une ambiance unique, à l'image de ce festival, musical à l'origine.

3. Des opportunités inattendues

Tous les entrepreneurs et entrepreneurs rencontrés sur le festival s'accordaient à le dire : le South by Southwest offre des centaines d'opportunités commerciales, pour la plupart qualifiées, et permet de faire les rencontres les plus inattendues. Ce que chacun en retient, c'est son ambiance décontractée qui facilite le contact, et ses conférences de haut vol qui y drainent un public qualifié, permettant des entretiens déterminants. Le SXSW est aussi le lieu de rendez-vous de riches investisseurs texans, à la recherche de la prochaine licorne. L'un des entrepreneurs présents m'a même confié avoir rencontré un potentiel investisseur en discutant avec son voisin lors d'une conférence.

Et avec un trade show à taille humaine, les projets présentés ne sont pas noyés dans la masse. Chacun peut donc mettre en valeur son innovation, multiplier les échanges et prendre le temps d'approfondir le sujet avec les visiteuses et visiteurs. Cette année, ce fut notamment le cas de la startup Redison qui, en plus d'avoir récolté de nombreux leads et potentiels partenariats, a écoulé son stock de Senstroke, ses boîtiers permettant de jouer de la batterie n'importe où.

Le SXSW est donc un festival plus qualitatif que quantitatif où l'on vient s'inspirer, s'abreuver des tendances futures et faire des rencontres informelles avec un public plutôt C-Level. Un événement auquel nous avons hâte de retourner et qui, après 30 ans de succès, n'est pas près de s'arrêter.

