

# Le CES de Las Vegas tout en ligne perd de son attrait pour les startups françaises

*Le CES de Las Vegas, grand salon de la tech qui aura lieu du 11 au 14 janvier 2021, sera entièrement virtuel cette année, Covid oblige. Une nouvelle qui détourne une partie des acteurs français de ce rendez-vous, pourtant incontournable habituellement.*

Temps de lecture : minute

---

18 décembre 2020

Cette année, la participation française au grand salon tech CES de Las Vegas sera moins importante que pour les éditions précédentes. Business France, l'agence publique qui fédère traditionnellement une grande partie de la délégation des startups de l'Hexagone, prévoit la participation de 113 jeunes pousses, contre plus de 150 l'année dernière. En cause? Le format 100% numérique de l'édition 2021, moins attractif pour les jeunes entreprises, même si c'est aussi beaucoup moins coûteux. En effet, un stand coûtera cette fois 2000 dollars alors qu'il fallait compter entre 15 000 et 20 000 dollars pour une présence physique les années précédentes, compte tenu des frais de séjour des salariés.

Le stand numérique se présentera pour les startups sous la forme d'une page où elles pourront présenter leurs produits en texte, photo et vidéo, en plus de laquelle elles auront accès à un espace de discussion privatif pour échanger et prendre rendez-vous avec les visiteurs. *"Mais le format 100% numérique n'est pas adapté à toutes les startups, prévient Eric Morand, directeur du département Technologies du Numérique et Services innovants de Business France. Nous avons recommandé aux régions de choisir des sociétés un peu plus matures"* que la simple

réalisation d'un concept cette année.

## Les entreprises sceptiques

Mathieu Gardin, président de la startup de covoiturage pour entreprises Oxycar, a par exemple décidé de passer son tour cette fois-ci, suite à son expérience mi-figue mi-raisin d'un précédent salon, Slush Nordics, qui lui aussi a été entièrement rendu virtuel à cause de la crise sanitaire. *"Il faut investir beaucoup de temps pour préparer un stand virtuel, explique-t-il. C'est difficile de présenter notre produit juste en vidéo, tant qu'il n'y pas d'explication à côté les gens ne comprennent pas"* . Il juge aussi que les prises de contacts *"sont plus compliquées"* , avec de *"grosses incertitudes"* sur la fréquentation du stand numérique. *"Dans les salons physiques au moins on voit les gens déambuler, on peut observer ce qui se passe"* , conclut-il.

Même les entreprises plus matures sont assez sceptiques et des habitués du CES feront faux bond à l'événement cette année. Après 6 ans de présence, le géant du matériel électrique Legrand ne s'y rendra pas. *"Nous n'y serions probablement pas allés cette année, mais le fait que le salon ait lieu sous une forme digitale nous a renforcé dans cette option"* , a expliqué Benoit Coquart, son directeur général, à l'AFP. Même décision pour l'équipementier automobile Valéo, fidèle au salon depuis 8 ans.



À lire aussi

Théâtre, danse ou mariage... Les activités confinées battent leur plein

Parmi les autres industriels de l'automobile, fortement représentés à Las Vegas avec le développement des véhicules connectés et autonomes, le constructeur PSA ne sera pas présent, mais Renault sera là avec un stand numérique, selon les informations recueillies par l'AFP auprès de ces entreprises. L'équipementier Faurecia s'abstiendra en revanche cette année, après avoir organisé son propre évènement en ligne avec ses clients et les médias. Mais le groupe prévoit d'être retour en 2022. Legrand ne tire pas non plus un trait sur sa participation aux éditions futures. "*Nous réexaminerons les choses en janvier/février*" pour l'édition 2022, indique Benoit Coquart.