

A Austin, French Tech et French Touch main dans la main pour SXSW

Rassemblant près de 300 000 participants à Austin, au Texas, le festival SXSW est l'événement phare du printemps, où se rencontrent l'écosystème tech et le monde du divertissement. Cette année, la France y a renforcé sa présence, avec une importante délégation.

Temps de lecture : minute

14 mars 2023

Musique, audiovisuel, médias, cleantech, foodtech, deeptech ou fintech... Chaque année, le festival SXSW (ou "South by Southwest") aborde tous les sujets du moment sous le prisme de l'innovation et de la créativité. Au fil des années, l'événement s'est transformé en vitrine pour les startups, les grands groupes, les acteurs de la tech et les artistes du monde entier. Ceux-ci investissent aussi bien les salles du très sérieux Convention Center que les nombreux hôtels, bars ou restaurants que compte la capitale du Texas. Leur but ? Se faire connaître et présenter leurs innovations au plus grand nombre.

"French Tech" et "French Touch" main dans la main

Cette année, afin d'être davantage visibles dans cet environnement ultra-concurrentiel, les Français ont décidé d'unir leurs forces. *"Depuis 2014, Business France accompagne au SXSW les entreprises françaises des industries culturelles, créatives et de l'innovation sous la bannière*

“French Tech” Cette année, l’ambition est encore plus forte grâce à l’action conjointe menée avec Bpifrance qui fait rayonner la bannière “French Touch”, explique ainsi Frédéric Rossi, Directeur Amérique du Nord chez Business France.

L’événement "La French Touch Rendez-vous" organisé sur place pendant une journée, est l’incarnation de cette nouvelle ambition : après une série de tables rondes réunissant des startups et des acteurs des industries culturelles et créatives françaises, la journée s’est conclue dans l’esprit du festival, c’est-à-dire en musique, avec Myd, Pedro Winter et Cerrone. De son côté, la French Tech locale organisait un événement avec l’astronaute Thomas Pesquet.

Une délégation d’une centaine de participants a également fait le déplacement, dans le cadre d’une mission d’immersion orchestrée par Bpifrance, le ministère de la Culture, le consulat général de France à Houston et Business France. Les entreprises représentées vont d’Arianee à Orange, en passant par Mira, Happn, Deezer, Prisma Media ou Pianity (déjà présente l’an dernier), parmi beaucoup d’autres.

SXSW, un anti-CES ?

Pour le cabinet comptable Orbiss, spécialisé dans l’accompagnement des entreprises qui s’installent aux Etats-Unis, ce festival est autant un moyen de se faire connaître qu’un lieu de veille technologique pour identifier de nouveaux outils et partenaires. *“Nos concurrents vont plutôt au CES. Mais comme notre parti-pris est de faire de la comptabilité différemment, on fait les choses différemment. Et SXSW, s’avère beaucoup mieux que le CES,”* estime Laurence Goleret Ruiz, sa co-fondatrice, qui envisage déjà de revenir l’an prochain avec une partie de son équipe.

La même logique a conduit la startup Enchanted Tools à consacrer un important budget à l’événement, avec la location d’un bar pour y

organiser des démonstrations de ses robots Miroki. *“Si on va seulement à des conférences de robotique, on ne rencontre pas nos clients. C’est la même chose pour le CES : ce n’est pas là qu’on va y trouver nos utilisateurs. Ici à SXSW, au contraire, on est en contact avec des gens très divers, qui ont une certaine curiosité. Et il y a aussi la dimension artistique, qui est très importante pour nous”*, explique son fondateur Jérôme Monceaux, manifestement convaincu par la proposition originale du festival d’associer technologie, culture et divertissement.



À lire aussi

Article écrit par Benoit Zante