

Après avoir brillé au CES, les start-up suisses rassemblées sous pavillon national investiront le Salon de l'innovation de Paris du 16 au 18 mai. À leur tête, Nicolas Bideau va jouer les bêtes de scène.

CHRISTOPHE PINOL

On avait quitté la #SwissTech en janvier dernier, après sa brillante prestation au CES de Las Vegas, le plus grand salon mondial de la technologie grand public. Pour ce premier voyage groupé, la délégation suisse avait livré un show très remarqué autour des drones, promus nouvelle spécialité locale. Depuis, toujours sous la direction de Présence Suisse, organisme chargé de promouvoir le pays à l'étranger, l'équipe a eu le temps de reprendre des forces, mais surtout de se repositionner avec une nouvelle formation de start-up innovantes. Elle sera l'une des attractions de la 4e édition de VivaTechnology - VivaTech, pour les intimes -, à Paris du 16 au 18 mai, salon consacré à la transformation numérique et à la croissance des start-up.

Nicolas Bideau, patron de Présence Suisse, y jouera à nouveau les bêtes de scène en présentant un show à l'américaine dont il a le secret. «On était content de l'effet «waouh» procuré par celui sur les drones, lors de l'édition précédente, qui nous avait servi de test pour le CES, nous explique-t-il. La direction de VivaTech nous avait même vivement encouragés à continuer dans cette voie. En nous inspirant de ce que des grandes boîtes comme Google et Sony avaient imaginé, on est alors partis sur l'idée de raconter comment la tech pouvait être au service des individus et améliorer la vie de tous les jours. Mais en l'intégrant autour d'une vraie histoire. Parce qu'on s'est rendu compte que plus on se montrait personnel dans notre présentation, plus on livrait de détails, plus l'attention du public était forte.»

#### La famille modèle suisse

Exit, donc, la volière où les quadrotères helvétiques évoluaient en formation serrée. Place cette fois à une scène tournante à 360° chargée d'illustrer comment utiliser la technologie suisse à bon escient au quotidien. Sur une espèce de carrousel rotatif, les décors d'une chambre à coucher, d'un séjour, d'une cuisine et d'un bureau vont ainsi se succéder pour permettre de suivre 24 heures de la vie d'un couple lambda épaulé par la technologie suisse. «C'est plus proche du théâtre que d'une classique présentation tech, continue Nicolas Bideau. C'est un concept complètement inhabituel dans ce genre de salon. Certaines grosses boîtes surfent sur des idées similaires mais nous, on a poussé les curseurs à fond. Si ça marche, on poursuivra dans la même veine avec le prochain CES où nous avons déjà prévu de doubler la

# La #SwissTech fait son show à l'américaine au salon VivaTech



Nicolas Bideau, directeur de Présence Suisse, devant le visuel atypique du stand de la délégation suisse à Paris. DR

surface de nos stands.» Le patron de la délégation ne cache d'ailleurs pas prendre beaucoup de plaisir à jouer les maîtres de cérémonie: «Le rôle me plaît, je ne vais pas le nier. Avec mon père et ma mère (ndlr: il est le fils de l'acteur Jean-Luc Bideau et de la metteuse en scène Marcella Salivarova), j'ai été à bonne école et je crois savoir reconnaître un bon spectacle d'un mauvais. Mais ce que je préfère, c'est surtout gérer sa conception.»

Nos entreprises nationales n'ont bien entendu pas attendu la création de la #SwissTech pour venir fouler le sol des salons et présenter leurs produits. La nouveauté, c'est qu'elles sont aujourd'hui rassemblées sous un pavillon unique, et non plus en ordre dispersé. Une manière de se démarquer, de se distinguer... «C'est important de créer une unité et une marque, continue le directeur de Présence Suisse. Ça permet aussi bien aux consommateurs qu'aux investisseurs de se rendre compte de l'étendue de l'écosystème

suisse et ça renforce la perception de qualité des produits.» Le principe avait d'ailleurs permis aux sociétés de la Confédération présentes au CES de multiplier les contacts, bien plus qu'habituellement.

Question start-up, il y en aura pour tous les goûts dans la délégation helvétique présente à Paris. Le show dédié aux technologies du quotidien sera là pour attirer le chaland, mais tout autour, d'autres entreprises se chargeront de démontrer le savoir-faire helvétique en matière de robotique, de biométrie ou encore d'intelligence artificielle. Le tout, rassemblé sous une identité visuelle forte, reprenant les codes établis au CES: néons lumineux sur murs noirs. Un choix plutôt atypique pour les allées de ce type de salon.

#### Un décapsuleur star

Pour les exposants, le danger d'un événement mettant en scène les projets high tech les plus fous, ceux censés révolutionner notre quotidien, c'est de tomber dans «le connecté pour le connecté», et de présen-

ter des gadgets dont on n'aura finalement pas forcément l'utilité. «Il faut effectivement faire attention au message que l'on souhaite faire passer, acquiesce Nicolas Bideau. Mais on est confiant, notamment sur les questions de santé. Mieux connaître son corps dans le but de faire baisser les coûts: là, ce n'est pas anecdotique! Après, c'est difficile de rester profond tout en se focalisant sur des entreprises capables de résumer leur produit en moins de 15 secondes. Ici, le public n'a pas de temps à perdre: il faut séduire très vite. Mais il ne faut pas oublier que le gadget peut, lui aussi, nous amener à des pistes intéressantes pour le bien de la communauté...»

Le directeur aurait voulu faire un clin d'œil appuyé à WeCheer, qu'il ne s'en serait pas pris autrement. WeCheer, c'est notre décapsuleur intelligent national qui avait fait fureur au CES en début d'année. Capable de répertorier la marque des bouteilles ouvertes, ainsi que le lieu et la date de leur consommation, l'engin sera de retour à Paris, accompagné de son lot de bières «Swiss made» à décapsuler. Un argument choc qui risque, là aussi, de contribuer à sa popularité.

Salon dans l'air du temps, VivaTech mettra aussi cette année un point d'honneur à poursuivre son action pour favoriser la place des femmes dans la tech, avec notamment une grande conférence, «Girlpower», au programme. «De ce côté-là, ce n'est pas notre point fort, reconnaît Nicolas Bideau. Les femmes ne sont pas assez représentées dans nos stands, mais c'est le reflet de la scène Tech d'aujourd'hui. Les acteurs y travaillent, et ça nous donne déjà au moins une chose à améliorer pour la suite de notre campagne #SwissTech!»

## Trois start-up suisses à surveiller de près



DR

● Spécialisée dans l'analyse de mouvements par le biais de capteurs, **Gait Up**, spin-off du CHUV et de l'EPFL, a développé un miniboitier qui se fixe sur la chaussure d'un coureur pour analyser ses foulées (sur des paramètres comme l'angle d'attaque, le temps de contact et de vol, la raideur, l'impact et la régularité) afin d'améliorer ses performances.

● **Ava** est un bracelet connecté qui ne se porte que la nuit et

qui va aider madame à surveiller sa santé, trouver sa période de fertilité en temps réel et suivre sa grossesse. Le tout, en analysant la qualité de son sommeil, de sa température, de sa fréquence cardiaque et de son stress. Bref, l'outil idéal pour maximiser les chances de tomber enceinte.



● En collaboration avec l'EPFZ, la société vaudoise **Elite**, spécialisée dans le matelas, a développé une technologie capable de repérer les ronflements d'un dormeur et d'incliner alors son matelas de différentes façons pour lui permettre de dégager ses voies respiratoires. Le mécanisme est couplé à une intelligence artificielle capable d'analyser les mouvements les plus efficaces pour les reproduire en conséquence, améliorant ainsi petit à petit la qualité et la pertinence de ses effets.



Elite SA

Publicité

www.cosmos.lematin.ch

LE NUMÉRO 26

**14,90** CHF

SEULEMENT!

**COLLECTION**

L'observation de la Terre depuis l'espace

Percez les secrets de l'Univers, de l'infiniment petit à l'infiniment grand

Voyage dans le **COSMOS**

Chaque numéro de la collection est vendu au prix de CHF 14,90 excepté le n°1, offre de lancement au prix de CHF 2,90 et le n°2 au prix de CHF 7,90. Offre réservée à la Suisse romande, dans la limite des stocks disponibles. Visuels non contractuels. L'achat de cet objet n'est pas lié à l'achat du Matin Dimanche.