



Les "Frenchies" se font une place au salon de l'électronique de Las Vegas

Quelque 17 sociétés françaises, dont de jeunes start-up, exposent au salon de l'électronique grand public (CES) à Las Vegas, où elles se sont assurée une visibilité sans commune mesure avec leur poids économique, modeste pour la plupart d'entre elles.

TECHNOLOGIES

Six membres de ce petit contingent ont été invités à participer à la première exposition ouverte à la presse dimanche, CES "Unveiled" ("dévoilés" en français), regroupant les nouveautés considérées comme méritant le plus d'attention par les organisateurs.

Certains sont des habitués, comme Parrot, un spécialiste des communications sans fil fondé il y a 18 ans et comptant 600 employés, qui a été invité à présenter ses nouveaux drones, systèmes de navigation et autres casques

audio. Directrice du marketing, Cristina Sanz Ortiz explique que le CES est l'occasion de dévoiler des produits qui sont le fruit d'années de travail. Ainsi, à cette édition 2011, Parrot présente un nouveau prototype de casque "Zik", tactile et sans fil. "C'est vraiment une reconnaissance pour les équipes" qui y ont travaillé, dit-elle. D'autres sont des sociétés toutes récentes, comme Invoxia, lancé en juin 2010, qui espère que son nouveau type de téléphone de bureau en connexion IP, entièrement géré par l'iPhone, pourra grâce au CES dépasser son marché

actuellement cantonné à la France et à l'Allemagne. L'appareil, lauréat d'un prix de la meilleure innovation du CES décerné par les organisateurs, est proposé à 400 euros ou 599 dollars.

A la différence d'Invoxia, c'est la deuxième fois que Jean-Yves Hepp, à l'origine de la tablette Qooq, destinée à la cuisine, fait le voyage à Las Vegas. L'an dernier, il avait fait le tour du salon juste équipé de sa mallette.

Cette année, M. Hepp, qui vient de rapatrier de Chine à Montceau-les-Mines (Saône-et-Loire) la production du Qooq, a investi en-

viron 75 000 euros dans sa présence à Las Vegas. "Je n'ai jamais rien vu de comparable à la présentation Unveiled", dit cet ancien publicitaire, qui n'en revient toujours pas que la BBC ait passé une heure sur son stand, ou d'avoir dû répondre à des centaines de journalistes en à peine trois heures, de quoi le laisser espérer atteindre son objectif de 40 000 tablettes cette année (vendues à 349 euros ou 399 dollars). Il n'en revient pas non plus que 431 entreprises aient pris rendez-vous avec sa société, des industriels comme Intel et Qualcomm, et des groupes de

médias comme Disney: "On verra ce qu'ils voudront discuter", dit-il. Cet ennemi de la "sinistrose à la française" considère le CES comme un outil de développement sans précédent, et remarque qu'"on se sert vraiment les coudes entre Français" parachutés dans ce gigantesque rassemblement international, qui attend près de 150 000 visiteurs. Il cite notamment parmi ses compères Cédric Hutchings, le patron de Withings (néologisme pour désigner des appareils reliés par wifi). L'an dernier Withings, qui réalise 90% de son chiffre d'affaires hors de France, s'était fait

remarquer avec une balance communicante distinguée à CES Unveiled.

Cette année la jeune société d'Issy-les-Moulineaux, en banlieue parisienne, vante un moniteur bébé ainsi qu'un pèse bébé, de nouveaux appareils connectés au téléphone portable.

Sur un stand voisin, Sculptéo, une société fondée notamment par un ancien de Withings en 2009, a été invitée à présenter sa technique d'"impression en 3D": l'internaute peut sélectionner un cliché, et le télécharger grâce à l'application de la jeune société ■