



Une grande partie de la délégation azurienne qui participera, en tant que première délégation française, au CES Las Vegas 2019.

LE CES LAS VEGAS EN CHIFFRES

200.000

le nombre de visiteurs sur l'édition 2018.

4.700,

le nombre d'exposants sur le show précédent.

55

startups régionales, dont 52 sous pavillon Business France / Région Sud. Parmi elles, 18 issues du 06 (contre 12 en 2018).

10

filiales de prédilection dans les sélections, de l'IA à l'entertainment, pour mettre en lumière les spécificités technologiques locales.

460.000€

le budget nécessaire à l'acheminement de la délégation Sud, à 80% pris en charge par les collectivités et institutions dédiées.

Quart d'heure américain pour startups azuréliennes

AVANT-PREMIÈRE. Elles sont 18 à avoir été sélectionnées pour le CES de Las Vegas 2019. Et préparent dès à présent leur grand voyage vers l'ouverture à l'international via leur participation au grand techno-rendez-vous mondial.

Du 8 au 11 janvier prochains, jours de rush pour les 22 Azuréliennes sélectionnées cette année sur le Consumer Electronics Show de Las Vegas. Pour la plupart, direction l'Eureka Park, au sein d'une délégation de 52 startups exposant sous pavillon Région Sud, principal quartier d'un village Business France bien armé. Plus celles qui partent en solo, aguerries ou adossées à un grand groupe... Une mise en lumière exceptionnelle par son ampleur, via un choix

géo-stratégique des collectivités pour épauler les pépites locales à l'international. Ainsi, pour la troisième année consécutive, la Région organise-t-elle la grande transhumance de l'innovation technologique vers Vegas. Et pour la première fois, les troupes revendiquent un voyage 100% collectif, de Nice à Marseille, en laissant les querelles de clochers territoriaux en soute. C'est en tout cas -et Françoise Bruneteaux y veille- le message largement relayé à Nice

par la Région, la CCI, les pôles de compétitivité, la Métropole et la CASA, qui comptent étendre cette entente cordiale à la délégation phocéenne pour un maximum d'impact outre-Atlantique.

Calendrier de l'Avent enclenché

Le CES, plus qu'un salon, une aventure, une quête entrepreneuriale pour nos chevaliers azuréliens qui auront mis au préalable toutes les chances de leur côté Sud. Suivi

individuel des entreprises dès le dépôt de dossier, dans leur communication comme sur les aspects logistiques, participation le 3 octobre dernier à Paris aux Innovation Awards préliminaires (où les Villeneuvois d'Ellicie Healthy se sont d'entrée distingués), et bien sûr budgets débloqués avec une prise en charge à 80% du business trip par les collectivités, sans oublier les services associés du Team Sud Export pour bien identifier les marchés à aller chercher

stratégiquement, on ne part pas sur le salon mondial de référence de l'électronique grand public les mains dans les poches. "Et j'espère que le retour sera aussi enthousiaste et utile que celui de l'année dernière" conclut Christian Tordo, autre référence, côté économie locale cette fois, qui exhorte les troupes 2019 à profiter de l'occasion pour se positionner par rapport aux autres technos pendant le salon, histoire de "benchmarker" au niveau... mondial.



"Une énorme opportunité pour les startups"

Pour Sébastien Llorca, fondateur d'Azur Tech Concept et de sa solution Smartear, c'est le deuxième voyage. Retour d'expérience(s).

Smartear, une innovation 100% française, 3 prix au concours Lépine 2017, 3^e sur 350 entreprises au dernier... CES de Las Vegas, où ce système pour "voir" les sons destiné aux sourds et malentendants, via différentes couleurs pour chaque potentielle alerte, a déjà fait un tabac. Le CES 2018?

"Une première année fructueuse, c'était l'occasion de présenter notre produit au niveau mondial, l'occasion aussi de trouver notre premier distributeur intéressé pour le marché des Etats-Unis" détaille Sébastien Llorca, sélectionné sur le territoire de la CASA pour les grand-messes 2018 et 2019. "C'est incroyablement bénéfique, pour une jeune entreprise, de faire partie des 1.000 startups sélectionnées chaque année." Et c'est sans doute ce qui a poussé Azur Tech Concept

vers une première levée de fonds -réussie- en 2018, alors qu'une deuxième se profile dès la fin du mois. "Aller au CES, c'est prouver que l'entreprise est tournée vers l'international, qu'elle a du potentiel." Encore faut-il être épaulé, car l'investissement, surtout pour les plus jeunes, est loin d'être anodin, qu'il soit financier ou en termes de ressources humaines utilisées. Et les coachings préalables au grand départ ont été fortement appréciés. "Quand on approche ce type

d'événement, mieux vaut être bien armés... C'est une énorme opportunité d'y être allés et d'y retourner, ça montre que notre produit tient la route, et que nous allons continuer à créer de la richesse sur notre territoire." Toute la philosophie des collectivités qui encouragent chaque saison les startups locales à candidater. Comme Skavenji, qui compte évangéliser le marché mondial via sa solution de production/consommation énergétique citoyenne made in Nice. **IA**

Elles partent à Las Vegas

BUSINESS TRIP. Ce 11 décembre, elles étaient à la CCI pour un brief collectif avant le grand départ vers le CES. Manquaient à l'appel Benomad, Sensineo et Codesna. Toutes sont implantées dans les Alpes-Maritimes, et rejoindront la délégation régionale le 8 janvier à l'Eureka Park.



DATA-MOOVE SOPHIA

● Créée en 2014, cette startup spécialisée dans la gestion de la data touristique et du marketing territorial s'est depuis acoquinée au centre de recherche EURECOM, entré au capital, consolidant les ponts entre recherches fondamentale et appliquée via l'entreprise. Son credo originel : «apporter la bonne info à la bonne

personne, au bon moment et au bon endroit.» Via une solution baptisée City Moove, mêlant big et open data issus de sources diverses et variées pour en faire un solide socle de connaissance sans doublon ni faille. Chez Data Moove, on parle machine learning, e-profiling, intelligence artificielle, automatisation des infos et diffusion à l'envi. De City Moove, le concept, est né Mino-tour, l'assistant touristique digital

plus intelligent qu'un chatbot, capable de dialoguer en temps réel avec le touriste avisé et connecté. Ce que l'on appelle, dans les milieux autorisés, la «compréhension naturelle du langage.» Cibles prioritaires : les collectivités locales, offices de tourisme, organismes divers de promotion d'un territoire. Mino-tour organise, choisit, un œil sur la météo, l'autre sur les centres d'intérêt personnels.



NFCOM NICE

● Contrôler les accès de son entreprise via son smartphone, option trousseau de clés sécurisé et économique, c'est l'atout de Key Master, l'innovation signée NFCOM qui sera présentée à Vegas. La startup, créée en 2012 par Gaël Lededantec, est passée maître en applications innovantes adaptées aux nouveaux usages, tous secteurs confondus, qu'il s'agisse de sport, de santé, d'événementiel ou de tourisme.

VOLUMIC 3D NICE

● Du *Made in France* et sacrément fier de l'être : la techno niçoise est en pointe avec ces imprimantes 3D professionnelles dernière génération, les plus rapides et les plus précises du marché, compatibles avec plus de 50 matériaux, même les plus innovants. Le plus ? L'assistance technique et la formation assurées par la maison. Volu-

mic est à l'aise en configuration salon, sur le stand Michelin au dernier Mondial de l'Auto ou sur le BpiFrance Big 2018. La startup a en outre été sélectionnée et auditée par Early Metrics, une agence de notation qui évalue le potentiel de croissance des entreprises innovantes. L'objectif au CES : s'ouvrir de nouveaux marchés sur le segment de l'imprimante 3D à hautes performances ajoutées.



SKAVENJI NICE



● «L'endroit idéal pour gagner en visibilité, pour trouver des clients ou nouer des partenariats.» Gaël Desperriès part aussi à Vegas dans l'idée d'évangéliser le CES à un nouvel usage des énergies, sur le principe d'une production/consommation/récupération plus citoyennes et libérées, via sa Skavenji Box. «Nous avons déjà commencé à rencontrer notre marché en France, nous aurons la possibilité de jauger l'accueil au delà. En matière d'énergies, les problématiques n'ont pas de frontières.» Epaulée depuis ses débuts, il y a deux ans seulement, par l'incubateur PACA-Est et Bpifrance, Skavenji cherche à échanger outre-Atlantique ses bonnes pratiques avec d'autres startups pour «s'infiltrer dans le mur énergétique.»

BABEYES SOPHIA



● Que voit vraiment votre bébé ? La réponse est dans la smart caméra HD miniature qui s'attache à même le vêtement du poupon ou à proximité, qui va enregistrer, classer et conserver *ad vitam eternam* les premiers babillages et autres réjouissances... Babeyes se positionne sur un créneau porteur, à mi-chemin entre l'album photos et le réseau social, avec la promesse de beaux souvenirs *a posteriori*. Regarder en famille son premier pas, sa dent qui pousse, ou le sourire émerveillé d'une maman devant son oeuvre, ça n'a pas de prix dans notre société du selfie... A consommer sans modération dès l'accouchement. Après la silver economy, welcome to baby tech wonderful world !

LITICA LABS GRASSE



● On ne présente plus Candice Colin, cofondatrice d'Officinea, déclinée depuis en moult services dédiés à l'univers de la cosmétique augmentée. Avec Clean Beauty, la chasse aux ingrédients controversés était lancée via des algorithmes dévoreurs de notices, labellisation des produits les plus sains à l'appui. L'étage supérieur ? Beauty-litic, via la nouvelle beauty tech Litica Labs, une API qui met l'analyse scientifique de la composition d'un produit cosmétique à la portée des revendeurs, pour «piloter plus efficacement leur référencement, anticiper les risques et répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.» Important à l'heure où l'utilisateur se fait de plus en plus allergique et de plus en plus expert.

BUQUATI SOPHIA



● Nom de code BQT-VIPR pour *BuQuaTi Visual Intelligent Product Recommender*. Une plateforme qui met en avant la vision, sens dominant, pour permettre aux entreprises de valoriser d'une manière plus efficiente leurs produits via internet sans pour autant se montrer inclusives dans la vie privée des potentiels consommateurs. Tout cela via une bonne dose d'intelligence artificielle. Reconnaissance d'image donc, mais aussi le côté prédictif de la force, qu'il s'agisse d'analyse, de maintenance, d'optimisation... Objectif : «développer des solutions avec des briques technologiques reconstruites dans le paysage d'entreprise, et surtout pas en mode silo isolé.»