



Photo: vivatechology.com

# Paris technologique(s)

## Première luxembourgeoise

Alain Ducat

Courses de drones, robots humanoïdes, expériences en réalité virtuelle, véhicules autonomes...

C'est un peu le grand rassemblement des geeks, des dernières tendances, des technologies du futur applicables aujourd'hui... Quelque 8.000 start-up y rivalisent d'ingéniosité.

„  
Un endroit idéal pour un pays qui veut jouer la carte de l'innovation et de la «start-up nation»

Le salon Viva Technology à Paris (du 24 au 26 mai), sur lequel on trouvera cette année, pour la première fois, un pavillon estampillé «Let's make it Happen», c'est un must européen du genre.

Avec Slush, en Finlande, et le Websummit de Lisbonne, Viva Technology (troisième édition cette année) est un phare de l'innovation.

Le président français Emmanuel Macron imagine volontiers que l'événement de la Porte de Versailles puisse devenir l'égal du CES de Las Vegas, pour être un rendez-vous «de ceux qui changent le monde».

Déjà, les jeunes entrepreneurs y sont bien vus et s'y font voir, rencontrent aussi les leaders de leur domaine. Der-

rière la vitrine et le networking, le business regarde. C'est donc, sans doute, un endroit idéal pour un pays qui veut jouer la carte de l'innovation et de la «start-up nation».

La Chambre de commerce, en partenariat avec le ministère de l'Economie, Luxinnovation et la House of Startups – avec le soutien aussi de l'ambassade du Luxembourg à Paris –, a donc décidé d'y emmener une délégation. Le Grand-Duché sera ainsi représenté pour la première fois, de façon collégiale, avec un pavillon national.

L'an dernier, «VivaTech» a attiré près de 68.000 visiteurs, 6.000 jeunes pousses, 1.400 investisseurs, une cinquantaine de pays exposants... et une belle couverture médiatique. Dans ce contexte, bien exposé, le pavillon grand-ducal a pour ambition d'être «d'une part, le lieu de rencontre pour tous les visiteurs luxembourgeois présents au salon (start-up, PME et grandes entreprises confondues) et, d'autre part, une vitrine pour présenter le Luxembourg et plus spécifiquement son écosystème de start-up».

Le salon parisien a, entre autres mérites, celui d'être grand public. En tout cas, dans sa troisième partie (le samedi), après avoir tenu en haleine les professionnels, durant les deux premiers jours.

Les découvertes et les aspects ludiques «orientés clients» ne sont donc pas négligeables, à côté de rencontres professionnelles, de pitches multiples, de parrainages de grands groupes technologiques (notamment dans les télécoms) et d'événements localisés qui ciblent le réseautage, les contacts d'affaires, voire l'embauche de talents...

Cette année, le salon s'appuie entre autres sur un «baromètre» inédit, commandé par les organisateurs (Les Echos et Publicis) en partenariat avec l'institut de sondage Ipsos. Il révèle que 63% des Européens de moins de 35 ans sont prêts à travailler dans une start-up.

Mieux: un jeune européen sur deux aimerait créer sa propre entreprise.

Les Luxembourgeois prendront donc place dans cette arène. De manière statique, sur le stand commun, mais aussi dynamique, notamment au travers de visites guidées du salon.

En outre, une réception de networking, en la présence annoncée de l'ambassadeur du Luxembourg à Paris, Martine Schommer, est programmée dans la soirée du 24 mai. Cet événement est évidemment ouvert à tous les participants luxembourgeois. Et l'on parie que les invités, officiels ou étrangers, s'y bousculeront volontiers.