

À Hanovre, le salon du numérique

Cette année, la Chambre de commerce du Luxembourg a mis les bouchées doubles pour mettre en avant les start-up luxembourgeoises au CeBIT 2018, le plus grand salon digital et technologique d'Allemagne.

Présente sur l'édition 2017 du CeBIT, avec un stand collectif d'environ 100 m², la Chambre de commerce du Luxembourg a cette fois vu les choses en grand. Cette année, 16 start-up et une poignée d'entreprises luxembourgeoises ont pris possession de pas moins de 400 m² au cœur du salon situé à Hanovre.

De notre envoyé spécial à Hanovre, Jeremy Zabatta

Véritable messe technologique et numérique, le CeBIT est presque une étape obligatoire pour un pays comme le Luxembourg qui ambitionne d'être une «start-up nation». Avec 16 start-up luxembourgeoises sur un pavillon de 400 m², le Grand-Duché fait même office d'un des pays les mieux représentés. «J'ai été étonné de la participation du Luxembourg car avec une vingtaine d'exposants sur 400 m², si l'on fait un ratio entre le nombre d'habitants et le nombre d'exposants du Luxembourg, je pense qu'il y a peu de pays qui peuvent se targuer de connaître une participation aussi forte au CeBIT», a souligné le Dr Andreas Gruchow, membre du conseil d'administration de Deutsche Messe, la plus grande société d'exposition allemande. Un étonnement que Karin Schintgen, directrice de la House of Startups (Host) présente sur le pavillon Luxembourg, a expliqué par la nécessité du pays à être «hors proportion» en précisant que «le Luxembourg aime la disproportionnalité car si nous collions à notre petite nation, nous ne serions nulle part».

La nouvelle femme forte du monde des start-up au Luxembourg peut se vanter de connaître son sujet. Après être passée il y a quelques semaines au salon VivaTech à Paris, un événement consacré à l'innovation technologique et aux start-up, et après avoir inauguré les 6 000 m² de la House of Startups à Bonnoroie, Karin Schintgen était dans son élément. «Le but aujourd'hui est de faire de la prospection d'autant plus que le CeBIT est un événement intéressant. Je peux d'ailleurs déjà dire que nous serons assurément ici l'an prochain», a affirmé Karin Schintgen, qui voit également plus loin et réfléchit en outre à être présent dans d'autres salons de re-



Photos : jeremy zabatta

Seize start-up luxembourgeoises sont présentes cette année au CeBIT 2018, qui se tient jusqu'à vendredi.

nommée mondiale, dont le fameux CES de Las Vegas.

De la visibilité et des échanges

Pour l'occasion, la Chambre de commerce du Luxembourg a embarqué une délégation de 80 personnes, décideurs, acteurs économiques et journalistes, depuis le Findel jusqu'à Hanovre. Sur place, au sein du pavillon luxembourgeois, les start-up ont pu se frotter aux quelques milliers de visiteurs annoncés, surtout composés de professionnels de l'industrie du numérique et du digital.

Parmi les start-up présentes sur le pavillon luxembourgeois, la jeune pousse Motion-S, qui a notamment collaboré avec l'assureur Baloise et son application «Game of Roads», visant à mesurer la conduite des au-

tomobilistes de l'assureur et les récompenser suivant leur conduite. L'entreprise de logiciels souhaite gagner en visibilité : «Être présent sur le CeBIT, le plus grand salon numérique d'Allemagne, c'est aussi l'occasion de pouvoir montrer ce que l'on a réalisé au Luxembourg dans le domaine de l'insurtech», indique Vanessa de Motion-S. Tandis que pour AI4U, une start-up basée à Steinsel et spécialisée dans l'intelligence artificielle, notamment dans le secteur industriel, le but est autant commercial que relationnel : «Nous avons déjà participé au CeBIT l'année dernière, et ce fut assez enrichissant. C'est un salon où l'on peut rencontrer des décideurs et des acteurs du secteur provenant par exemple du Japon ou de Singapour, chose qui est plus difficile à faire au Luxembourg. Au-

jourd'hui, nous avons même des clients résultant de notre présence sur le salon l'année dernière», a expliqué Ivan Jacobs, fondateur de AI4U.

Au rayon des très jeunes pousses, on retrouve la petite start-up Adapti.me, aux ambitions débordantes. Après deux ans d'existence, la start-up a lancé son premier produit il y a six mois et a déjà fait une levée de fonds de 450 000 euros. Hébergé au sein du Lux Future Lab de la BGL BNP Paribas, la start-up permet de personnaliser un site web en temps réel en fonction du profil et des préférences du visiteur. «Actuellement, nous avons déjà autour d'une trentaine de clients, dont Yellow au Luxembourg ou encore la marque de vêtements Chevignon», glisse Mathieu Voloncat, directeur de sales d'Adapti, avant de préciser le but de

sa présence sur le pavillon luxembourgeois : «Dans un premier temps, nous tâtons le terrain allemand et nous regardons ce qui se fait sur le salon tout en partageant et en discutant avec les différents acteurs que nous pouvons rencontrer sur un tel événement. Nous pourrions lancer notre produit en Allemagne, mais pour le moment, nous avançons par étapes.» Actuellement, la start-up est constituée d'une dizaine de personnes et devrait très prochainement voir ses effectifs grossir.

Le Luxembourg et la Chambre de commerce continuent de se construire une solide réputation à l'international en se positionnant sur des salons qui comptent afin de «mettre le Grand-Duché sur la carte», comme aime à dire les professionnels du secteur.



Le Luxembourg a toutes les cartes en main pour accueillir les start-up.

Le Luxembourg, une start-up nation?

Parfois décrié, l'écosystème luxembourgeois à destination des start-up semble convenir aux jeunes pousses du pays.

C'est l'ambition du gouvernement DP-ISAP-déjà grégé depuis ses débuts en 2013 : faire du Grand-Duché une terre d'accueil pour les jeunes pousses. Mais la concurrence est rude avec les autres pays européens et mêmes certaines capitales comme Paris, Amsterdam, Londres ou encore Berlin. Il faut dire que l'on ne s'improvise pas «start-up nation» du jour au lendemain. Petit à petit, le Luxembourg commence à construire sa réputation, comme le prouve sa présence au CeBIT 2018.

Pour autant, certaines voix au Luxembourg semblent ne pas croire en cette ambition luxembourgeoise et parlent même «d'usine à gaz» pour qualifier certaines structures mises en place par le gouvernement ou encore des institutions comme la Chambre de commerce afin d'aider au développement des start-up. Du côté de ces dernières, le discours est à l'opposé, notamment pour les start-up

luxembourgeoises présentes à Hanovre.

L'argent n'est pas le nerf de la guerre

«J'ai commencé en Belgique mais après un an, j'ai renoncé pour m'installer au Luxembourg où l'écosystème est plus adapté à nos besoins», a souligné Ivan Jacobs, fondateur de AI4U, avant de préciser : «Pour prendre l'exemple du CeBIT, c'est la Chambre de commerce qui est venue me proposer d'y participer. Une chose impensable en Belgique.» Même discours du côté d'Antoine Granjon, fondateur d'Adapti.me : «On peut regarder ce qui se passe ailleurs. Mais prenons une ville comme Paris, il y a pléthore de start-up et il est parfois plus difficile de nouer des contacts avec les décideurs ou les acteurs économiques, contrairement au Luxembourg où il est

plus simple d'aborder les décideurs.»

Souvent décrié comme étant le nerf de la guerre pour les start-up, la question du financement pose également question. Pour Antoine Granjon, la encore, le Luxembourg dispose d'atouts : «Concernant la recherche de capitaux, c'est vrai que l'on peut penser qu'il y a plus d'opportunités dans une ville comme Paris. Mais en tant que simple start-up à Paris, elle est noyée dans la masse. Ce qui n'est pas le cas ici.» Pour Karin Schintgen, directrice de la House of Startups (Host), «l'argent n'est pas le nerf de la guerre, mais c'est plutôt le temps».

Si le Luxembourg semble avoir toutes les cartes en main pour attirer les start-up, il reste au pays à réussir à les accompagner tout au long de leur développement afin de faire naître des entreprises viables et dynamiques. Mais ça, seul le temps le dira. J. Z.