

INNOVATION. Les pavillons suisses se sont fortement multipliés lors des expositions technologiques européennes" name="description"/>

L'AGEFI
QUOTIDIEN DE L'AGENCE ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE À GENÈVE

jeudi 26 février 2015 // 12:21

LA UNE DE L'AGEFI

| [UNE](#) | [FORUM-BLOGS](#) | [SUISSE](#) | [MARCHÉS & PRODUITS](#) |
| [FONDS DE PLACEMENTS](#) | [EUROPE - MONDE](#) | [DERNIÈRE](#) |

La présence très nécessaire du swiss branding sectoriel

jeudi, 26.02.2015

INNOVATION. Les pavillons suisses se sont fortement multipliés lors des expositions technologiques européennes

Tiago pires

«More than chocolate!» Ce succinct slogan honorera en permanence le stand suisse au Mobile World Congress (MWC) de Barcelone. Du 2 au 5 mars prochain, la ville catalane de viendra la plus importante exposition de l'industrie mondiale du mobile. Les producteurs Samsung, HTC, Sony et Motoral, entre autres, lèveront le voile sur les derniers modèles. Les montres connectées seront également les vedettes de ce salon technologique. Derrière ce message, la délégation suisse souhaite déplacer le focus vers sa compétence et son savoir-faire technologique.

Pour y parvenir, le pavillon national exposera ses facultés d'innovation, entre autres, dans les secteurs de la santé, le digital banking, les services financiers, le gaming et la sécurité. En consultant la plateforme d'introduction au Mobile World Congress, plus d'une trentaine de sociétés représenteront la Suisse: Kronoz, Orbiwise, Sensirion (lire ci-contre) et Blackphone – le fameux téléphone portable crypté, pour ne citer qu'elles. Sous l'étendard «More than chocolate», dix-huit start-up sont encadrées par le centre d'aide à l'internalisation des entreprises Switzerland Global Enterprise (S-GE), la Commission pour la technologie et l'innovation (CTI) et le cluster Alp ICT.

Pour les sociétés en place, le salon catalan est synonyme de visibilité et de rencontres avec des éventuels investisseurs. Le directeur commercial de CashSentinel, Martial Mathieu, souligne l'importance de la présence suisse à Barcelone en la thématissant sous trois points. En premier lieu, il s'agit d'une opportunité intéressante de «travailler le marché» la marque en procédant à une recherche de distributeurs potentiels. Dans un deuxième temps, c'est l'occasion de mener une profonde prospection des investisseurs. En plein round de financement, CashSentinel souhaite entreprendre des premiers contacts. En dernier lieu, le salon est une vitrine de la veille technologique et permet de confronter les dernières nouveautés en matière d'application mobile.

La responsable du marketing et de la communication la société lausannoise active dans le développement informatique EDSI-Tech, Noémie Délèze, met également en avant la nécessité du branding suisse: «En termes de taille, le Mobile World Congress représente le double de la surface du

centre genevois de Palexpo. C'est l'endroit idéal pour exposer notre savoir-faire et exposer le swissmade.» Ce bénéfice de l'image se retrouve également au salon des technologies de l'information et de la bureautique CeBIT à Hanovre.

Hasard du calendrier, une nouvelle délégation fera le voyage à Hanovre, deux semaines après le Mobile World Congress.

Au bénéfice d'un espace deux fois plus grands, le pavillon suisse souhaite exhiber le swissmade au travers des start-up, notamment en matière de recherche et d'innovation. Comme le démontre le site startupticker.ch, cette présence offre une nouvelle dimension à la Suisse, comme pays de référence dans les technologies IT. Parmi les exposants à Hanovre figureront entre autres: Crossing Tech, Konduko, Parku, Pingen et VisioSafe soutenus par la CTI. En marge de l'événement, des conférences sont organisées au sein du pavillon suisse. L'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) présentera son instrument digital permettant d'envoyer des documents en sécurité. L'EPF de Zurich démontrera comment transformer son téléphone portable en un scanner en trois dimensions. L'Université de Zurich dévoilera sa dernière innovation dans le secteur des drones. Selon startupticker.ch, ces conférences accentuent le swiss branding en matières de nouvelles technologies et ancrent durablement la Suisse comme pays de référence dans l'innovation.

Le financement décisionnaire

L'importante présence des exposants suisses à Barcelone ou à Hanovre contraste avec le Consumer Electronics Show (CES) de Las Vegas (L'Agefi du 13 janvier). Aux Etats-Unis, seules cinq jeunes entreprises avaient fait le voyage. Au total, les organisateurs ont enregistré plus de 3000 exposants. Une véritable déception. D'autant plus que cette absence semble avoir des conséquences sur les développements des start-up sur le marché international. Selon un article du The New York Times, la différence de croissance entre deux jeunes sociétés technologiques en Europe et aux Etats-Unis se ressent aux travers de deux facteurs: le financement et le positionnement sur le marché. Globalement, les investissements menés par les venture capitalist ont fortement augmenté l'année dernière. Les montants octroyés demeurent toutefois à un niveau inférieur aux homologues américains. Ce faisant, les jeunes entrepreneurs se retrouvent alors dans une situation de repli et de réorganisation structurelle et commerciale. En ce sens, les sociétés européennes préfèrent alors se focaliser sur un marché de niche au lieu de se positionner à l'international. D'après le même quotidien, ce repli donne une longueur d'avance importante aux entités américaines qui, elles, se focalisent dès le départ à une croissance et un développement au niveau mondial. Ces ambitions sont permises grâce aux financements conséquents des entrepreneurs américains. (TP)

[Retour](#)