



Vanpaesschen. On y voit la concurrence et cela permet d'aller se confronter à elle, d'aller rencontrer des tas d'acteurs et même de rencontrer la presse.»

Pour Nancy de Fays, co-créatrice de Line Dock, «le CES fut une opportunité en or pour rencontrer nos nouveaux partenaires de distribution et des acteurs du retail. Nous avons eu une visibilité presse exceptionnelle et quelques investisseurs potentiels. Il y aura pour nous un avant et un après CES 2019. Après deux ans de dur labeur dans notre garage, puis à l'usine, nous avons enfin pu faire la démonstration du produit fini et les retours furent bien au-delà de nos expériences.»

### Cent rencontres qui auraient pris un an

De son côté, Eric Krzeslo n'en est pas à sa première participation au CES de Las Vegas: c'est même la neuvième fois qu'il s'y rend. Auparavant en tant que cofondateur et *chief marketing officer* de la firme Softkinetic (depuis revendue à Sony), désormais – pour la première fois – sous la casquette de cofondateur de la start-up MintT. «Pour moi, c'est essentiel de venir au Consumer Electronic Show, insiste-t-il. Le monde entier est présent et cette opportunité permet de faire très rapidement un tour du marché. En une semaine sur place, j'ai vu environ 100 personnes. Sans cela, cela me prendrait un an. Ce n'est pas vraiment au CES

qu'on signe des contrats, même si cela peut arriver lorsqu'on a besoin que des personnes de plusieurs pays soient présentes. Par contre, on y rencontre des prospects dont une partie deviendront des clients, des intégrateurs, des investisseurs ou des distributeurs.» L'entrepreneur conseille, d'ailleurs, à toutes les start-up technologiques qui affichent une ambition internationale de faire le déplacement. D'autant plus que «l'Awex



**NANCY DE FAYS, COFONDATRICE DE LINE DOCK aux côtés du ministre wallon Pierre-Yves Jeholet.**

apporte un soutien essentiel», continue Eric Krzeslo.

Le niveau d'intervention de l'agence auprès des entreprises qu'elle emmène au CES est, en effet, élevé. Elle s'occupe de la réservation des emplacements au salon, construit les stands, prépare la visibilité des entreprises belges, se charge de la logistique sur place et même de l'organisation d'une réception au nom des Belges. Le jeudi soir, une soirée «bières belges» était ainsi organisée sur les stands de l'Awex. Une occasion

***Dénicher de nouveaux clients ne constitue pas forcément l'objectif unique des entrepreneurs qui font le déplacement vers la ville du jeu.***

unique d'attirer du monde, par exemple les responsables de la délégation canadienne présente sur place, etc.

### Grosse aide financière de l'Awex

Au total, l'Awex a réservé, cette année, un budget de 175.000 euros pour assurer la présence de la quinzaine d'entreprises belges au CES. Résultat? Les entreprises belges n'avaient pas grand-chose à déboursier pour leur stand: 600 euros pour une start-up et 1.200 euros pour une PME plus établie. «Un montant ridicule en comparaison avec les milliers, voire les dizaine de milliers d'euros, que coûte un stand au CES», glisse un entrepreneur présent sur place. «Les firmes belges doivent simplement se charger de leur voyage et de leur matériel sur place», se félicite Guy Vanpaesschen de MintT, chiffre les frais de déplacement de son équipe de trois personnes entre 5.000 et 10.000 euros, tout compris. Et encore, «les boîtes peuvent demander des incitants financiers liés à la mobilité hors d'Europe qui peuvent monter jusqu'à 1.800 euros pour la prise en charge du voyage de deux personnes» insiste le responsable de l'Awex. Qui précise qu'une participation au CES n'empêche pas d'y revenir l'année d'après, toujours dans les valises de l'Agence wallonne pour l'exportation... ni de participer à d'autres salons. ©