



LeWeb 2012 : les startups

Comme chaque année, LeWeb organisait un concours de startups. Avec 16 sélectionnées parmi 500 candidates et qui pitchaient devant quatre jurys différents. Trois étaient sélectionnées par ces jurys et pitchaient à leur tour devant notre jury d'habitues, évoqué dans **l'article précédent**, en séance plénière le troisième jour de la conférence. Un seul élu émergeait à la fin.

Cette année, les trois finalistes étaient tous français. C'est la première fois que cela arrive. Cela témoigne-t-il de la bonne santé de notre écosystème ? Cela rappelle surtout que dans chaque pays, la volonté d'entreprendre est intense, mais pas forcément la capacité à créer des projets qui tiennent l'eau du point de vue de la valeur générée et du business model. Curieusement, les trois finalistes n'avaient pas de grand rapport avec le thème des objets connectés, et en particulier le gagnant. Un symbole de la fragilité des startups du monde des objets connectés. Elles cherchent encore leur voie comme nous allons l'examiner plus bas.

Les membres du jury de la finale affichaient leur désarroi. Sous des dehors de positivisme sur la qualité des dossiers, ils se demandaient comment choisir le gagnant car aucun projet n'était viable à leurs yeux. Ils ont même annoncé vouloir s'impliquer dans la sélection des startups en amont. Avec l'expérience, on devient en effet très exigeant sur les critères de sélection des startups. C'est une impression que j'ai aussi quand j'en vois passer dans divers concours et comités de sélection. On a tendance à rapidement identifier toutes les raisons pour lesquelles la startup pourrait échouer. Et de vouloir mettre son grain de sel pour expliquer ce qu'il faudrait faire pour réussir et éviter aux entrepreneurs de se prendre le mur. En même temps, on a en tête les écrits de Guy Kawasaki sur les "bozos" qui sont sceptiques sur tout et découragent les entrepreneurs inutilement. Mais quand il s'agit d'entrepreneurs respectés, le feedback prend tout de même de la valeur !

Les liens vers les vidéos des pitches des startups **sont ici**. D'autres que moi se sont évidemment penchés sur les startups pitchant à LeWeb. Citons notamment **FrAndroid** qui les avait analysées avant la conférence et l'œil aiguisé de Guilhem Bertholet qui les a **observées** pendant leur passage.

C'est parti pour un tour des 16 startups suivi d'un flash-back inédit sur les gagnants des précédentes éditions de LeWeb.

Le gagnant 2012 : Qunb (video)

Cette startup issue du Camping (l'accélérateur situé au Palais Brongniart à Paris) a un projet très ambitieux véritablement créateur de valeur utilisateur : devenir le moteur de recherche des données. Par opposition aux données texte, image et vidéo que l'on trouve sur les moteurs de recherche classique. La société vise à la fois les utilisateurs professionnels et le grand public. Son outil permet de récupérer toutes sortes de données chiffrées, de les comparer entre elles et de les mettre en forme. C'est bien joli au niveau résultat.

La grande question est de savoir comment elle va capter ces données. On a vu avec les initiatives du type "Open Data" que ce n'était pas évident. D'ailleurs, les premières données publiées sur le site relèvent de l'open

data gouvernementale, et plutôt internationale (WorldBank, Eurostat, ...). Ce sont les données les plus ouvertes au monde. C'est d'ailleurs en les exploitant que le suédois Hans Rosling, l'une des stars de LeWeb en 2006 et en 2007, avait créé l'application GapMinder, maintenant dans le giron de Google.



J'ai testé le site. Petit requête avec "connected TV worldwide installed base". Le truc que l'on trouve dans les études payantes de sociétés comme DisplaySearch mais dont les synthèses sont publiées sous forme de communiqués de presse et en PDF (pas sous forme Excel, vous imaginez bien...). Réponse : des choses, mais sans rapport avec la question ! Le lot commun des moteurs de recherche qui n'ont pas assez de données à se mettre sous la dent. J'aimerais bien aussi que le site me calcule automatiquement la progression year-over-year du CA des grandes entreprises du secteur consumer electronics telle que je la publie chaque année dans mon **Rapport du CES** !

The screenshot shows the Qunb search interface. At the top, there are navigation links for 'ABOUT', 'TEAM', 'UPDATES', and 'HOST YOUR DATA'. The search bar contains the query 'connected TV worldwide installed base' and shows '316 results'. On the left, there are filters for 'by type of measure' (Dimensionless (685), Currency (439), Cardinality (65), Unknown (36), Time (27)) and 'by publisher' (World Bank (1265), European Environment Agency (2), International Monetary Fund (54), Xerfi (7), International Energy Agency (6)). The main content area displays four data series:

- Liner shipping connectivity index**: Measure: Dimensionless. Yearly, 2004 - 2010, for France, Sierra Leone and 157 other places. Source: World Bank. Last update: 2 months ago.
- Installed CHP capacities**: Measure: Power. Decennially, 2010's - 2010's, for France, Romania and 35 other places. Source: International Energy Agency. Last update: 2 months ago.
- Turbines Installed During Period**: Measure: Cardinality. Yearly, 1998 - 2011. Source: gov.energy.eere. Last update: 1 months ago.
- Average Turbine Nameplate Capacity Installed During Period**: Measure: Power. Yearly, 1998 - 2011. Source: gov.energy.eere. Last update: 1 months ago.

La promesse de Qunb est très intéressante dans l'absolu et la tâche à accomplir est immense. Le pain point est bien là. La technologie aussi. Les questions clés sont : où sont ces données, sont-elles structurées, sont-elles publiées, existe-t-il des standards pour les publier, comment gérer leur sémantique de manière unifiée, comment faire collaborer tout ce petit monde, quelle est la valeur marchande des données et comment convaincre les acteurs concernés de publier leurs données ? Quand on voit la difficulté que l'on a en France à déployer l'open data, on comprend que c'est une tâche ardue. Et les entreprises privées ne sont pas plus ouvertes que la puissance publique ! Elles le sont même plutôt moins car elles ont moins d'obligation de transparence.

Malgré tous ces écueils, je suis en phase avec le choix du jury. Il est bon de valoriser les projets qui cherchent à traiter des problèmes difficiles et qui apportent de la valeur.

Qu'ont donc gagné nos amis de Qunb ? Au premier degré, la bise avec Fleur Pellerin, qui n'est pas évidente à monétiser. Mais surtout, un peu de visibilité comme sur **TechCrunch** world-ouaillede.



Les deux autres finalistes

Les deux autres finalistes qui ont pu pitcher leur startup devant la grande salle de plénière bondée étaient Be-Bound et Recommend.

Be-Bound (France, ci-dessous avec Albert Szulman) propose une application mobile permettant de se connecter à Internet utilisant la liaison 2G voire le SMS, avec diverses briques logicielles dont une pour l'email et une autre pour naviguer sur le web. Cela semble adapté aux endroits ou régions où la 3G n'est pas disponible (86% du monde), sans compter la 4G qui l'est encore moins. C'est donc destiné aux pays en voie de développement, aux zones reculées voire aux voyageurs. A ceci près qu'il vaut mieux que le prix des communications soit raisonnable. En effet, consommer de la 2G dans un pays pour se connecter à Internet pourrait vous en coûter bien cher. Mieux vaut chercher le McDo ou le Starbucks le plus proche avec du Wi-Fi gratuit !



Recommend (France, [video](#)) a développé une plateforme de recommandation tout azimut sur mobile. Grosse impression de déjà-vu sur un sujet bien difficile. Nicolas Mendiharat était un entrepreneur très sûr de lui dans ses deux pitches. Les écueils ? Pas de focalisation sur quelques thèmes pour commencer et un problème classique d'œuf et de poule pour que le service ait de la valeur. Il faut un gros stock de recos pour que le service soit utile.

Plus cela va, plus je me dis que les outils de recommandation basés sur "nos amis" ne valent ... rien ! En effet, à supposer que l'on puisse collecter les avis de mes vrais amis qui ont des goûts voisins des miens, le nombre

de recommandations serait très faible et ne couvrirait pas efficacement l'univers du choix disponible, comme par exemple pour les restaurants lorsque je suis en déplacement. Et lorsque l'on élargit l'espace des amis, on tombe sur des recommandations de gens aux avis et goûts très disparates, voisines de celles que l'on obtiendrait avec un sondage à très grande échelle. A ce stade, autant utiliser un système de recommandation qui exploite une très grande masse de données complètement anonymisées, comme le fait Amazon. Ce que l'on appelle le collaborative filtering qui identifie que les gens qui aiment ceci aiment aussi cela.



Les autres startups du concours

Voici donc ce que l'on avait à se mettre sous la dent dans les 13 autres candidats :

- **Green Momit** (Espagne, [video](#)) et sa solution de mesure de la consommation d'énergie dans les foyers afin d'en réduire le niveau. Le "pain point" était bien présenté. La solution ? Un thermostat au design un peu recherché – mais pas autant que celui de Nest –, une plateforme de mesure et des morceaux de cloud avec de "l'intelligence collective". On ne comprend pas bien si cela sert aux utilities pour le capacity management de la production d'énergie en amont de la consommation ou pour la réduire dans les foyers. On se demande si cela concerne juste le chauffage ou l'ensemble de la consommation d'énergie des foyers, donc la consommation électrique. Il existe un très grand nombre de startups dans ce domaine et la différenciation de celle-ci n'était pas bien mise en valeur. La mesure de la consommation est-elle globale ou au niveau de chaque appareil ou par catégorie d'appareil ? Selon le cas, les données fournies n'ont pas la même valeur. La startup donne l'impression de se disperser entre outil de mesure (leur thermostat) et une plateforme de mesure et d'analyse généraliste (du logiciel et du cloud).
- **Lyncos Technologies** (Espagne, [video](#)) avec un pitch qui démarre très mal sur des généralités pour aboutir à la présentation d'une lampe de bureau connectée. On la touche pour l'allumer et l'éteindre et en régler la couleur. Tout cela est connecté à une plateforme qui permet de contrôler ses différents objets connectés. Un peu comme celle de SmartThings qui était présentée en plénière. On se demande quels sont les problèmes que cela permet de résoudre ! Une plateforme "nue", pourquoi pas, mais il faut un point d'accroche de départ. Et leur lapin sans oreilles n'a pas l'air de servir à grand chose. Ce n'est pas le tout d'avoir des objets connectés ! Il faut leur trouver une utilité !

- **Alleantia** (Italie, [video](#)) : encore une plateforme logicielle ouverte pour mesurer la consommation d'énergie et l'optimiser, mais visant les marchés professionnels. Une présentation ratée pour raisons techniques et au passage, un [site web](#) en italien. Le tout s'appuie sur des technologies open source et sur des matériels divers : une station de captation de signaux analogiques et numériques à base Arduino, des plateformes ARM type Raspberry, des téléphones recyclés aussi à processeurs ARM ainsi que sur des serveurs et stations à base Intel.



- **kWIQly** (Suisse, [video](#)) : encore une solution de mesure de la consommation d'énergie focalisée sur l'industrie basée sur la mesure de consommation au niveau des compteurs électriques d'un parc d'immeubles et sur l'affichage du gaspillage généré. En voyant cela, je ne peux m'empêcher de penser à la solution de Smart Impulse, la startup hébergée actuellement chez Agoranov qui propose un device positionné au niveau du compteur électrique et permet de mesurer par analyse des perturbations électriques la consommation par type d'appareil dans la maison ou le bâtiment d'entreprise. La donnée est beaucoup plus spécifique et utile pour évaluer les économies à réaliser, entre ordinateurs, éclairages, chauffage, ventilation etc.

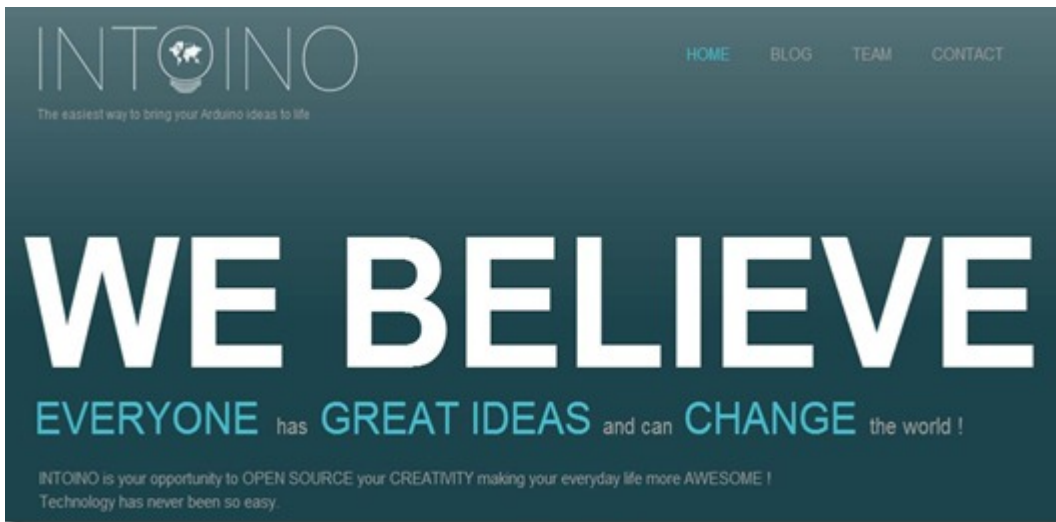
Voilà pour la mesure de la consommation d'énergie, un grand classique dans les objets connectés. On appelle cela d'ailleurs le "Smart Metering".

Dans les autres catégories de solutions, nous avons beaucoup d'applications mobiles :

- **wiMAN** (Italie, [video](#)) qui a créé un routeur pour le partage social de la liaison Wi-Fi des points de vente avec deux réseaux, l'un qui est sécurisé et l'autre qui est ouvert à tous. Le routeur est probablement un matériel standard sorti tout droit de Shenzhen. La valeur est dans le logiciel et le marché ciblé. Le truc est très facile à installer et s'administre visiblement à partir de Facebook pour notamment savoir qui se connecte au réseau. Il permet à des commerçants d'ajouter des services Internet dédiés de recommandation. C'est un bon business potentiel qui permet de transformer ce qui est aujourd'hui un centre de coût (offrir du Wi-Fi à ses clients) en un outil marketing voire un outil de vente. La startup prévoit aussi de créer un firmware installable sur les routeurs du marché. Pas sûr que ces routeurs soient bien ouverts pour permettre ce genre de chose. En tout cas, un projet qui a l'air pas mal.



- **Argus Labs** (Belgique, **video**) qui propose Jini, une application Android qui analyse votre comportement numérique – dans les réseaux sociaux ou toute autre source exploitable – et vous propose des “*choses à faire*”. Une sorte d’assistant personnel qui transformerait votre mobile en outil vraiment intelligent. Le logiciel serait capable de comprendre qui vous êtes et ce que vous faites et de l’améliorer. Ça manquait un peu d’exemples pertinents au-delà de vous proposer de rencontrer une personne que vous n’avez pas vue depuis longtemps ! Ce genre de projet, comme dans la recommandation, consiste à *faire bouillir l’océan*.
- **Snapeous** (France, **video**) qui permet d’associer de l’information aux objets avec son mobile et un simple scan de son code-barres ou QR Code. C’est un projet de plus qui ambitionne d’inventorier tous les produits et services imaginables pour les faire découvrir ou sélectionner aux consommateurs avides que nous sommes. Le point clé est toujours le même : que cela serve à quelque chose et créer un inventaire de taille respectable pour que le service tienne la route, sans compter le modèle économique. Encore un problème d’œuf et de poule et de bouilloire à océan.
- **Biletu.com** (Chili, **video**) et son application mobile pour le paiement entre amis, que ce soit pour une sortie ou un événement ou faire un cadeau en commun. Le tout s’appuyant sur la pression sociale pour que les choses soient réglées en temps et en heure. Cela rappelle que le courage de se dire les choses est plus facile à exercer à distance que face à face. Comme les couples et amants qui se larguent via un simple SMS.
- **World Climate Credit** (Suisse) et son service **MySollars** qui encourage ses utilisateurs à mener des actions qui vont améliorer votre bilan carbone personnel, de les publier, d’obtenir des badges qui vont générer des cadeaux de société et ensuite de financer des projets écolo dans le monde. Une sorte d’ONG sociale s’appuyant sur de la gamification. Un véritable business ? Pas évident.
- **INTOINO** (Italie, **video**) avec un pitch qui commençait fort pour cette startup de quatre mois créée à l’issue d’un Startup Week-end à Turin : “*Chacun a des idées pour changer le monde, mais les idées ne sont pas assez visibles. Comment les rendre visibles ?*”. Il ne s’agit pas de guérir du cancer, de réduire la pollution ou de rendre l’eau potable. A l’arrivée, il s’agit de changer le monde dans l’espace restreint des objets connectés. Si j’ai bien compris, la société propose une plateforme open source matérielle et logicielle de contrôle d’objets connectés autour du standard établi Arduino. Le tout ne nécessitant pas, en théorie, de programmation. Cela me rappelle la l’histoire du micro-ordinateur, au moment où on les trouvait surtout en kit. C’était avant l’arrivée de l’Apple II en 1977.



- **Ujoolt** (France, video) et son application mobile qui permet de poster en temps réel ce qui se passe dans les environs avec des messages de 140 caractères (on se demande où ils ont pu trouver cela...) accompagnés d'une photo ou d'une vidéo de moins de 15 secondes. Le service permet de savoir ce qui se passe à moins de 1 km et avec une persistance de 4 heures pour les messages. Cela ressemble à ce que Foursquare aurait pu être. Mais là encore, au-delà du fait que le besoin n'est pas clairement détourné, le problème va être d'avoir une masse critique d'utilisateurs actifs en permanence pour que cela serve vraiment à quelque chose. Pour ce faire, il faut lever au minimum quelques dizaines de \$m et créer un effet de mode à grande échelle. Et être au passage à moins de 30 km de Sandhill Road à Palo Alto. Too bad... D'ailleurs, Foursquare qui a pu lever \$71,4m... ne sert toujours pas à grand-chose.



- **Haystack** (Allemagne) et son site de rencontre qui fait effet de levier sur vos amis pour identifier les gens qui pourraient aller ensemble. En gros, vous sous-traitez le boulot de la recherche de votre âme sœur à vos amis qui n'ont bien sûr que cela à faire. Petit conseil d'ami : évitez la sous-traitance et faites cela vous-mêmes !
- **Phonitive** (France, video), une startup toulousaine créée en 2009, présentait son application Touchalize qui permet d'interagir avec les vidéos présentées dans un objectif de vente. On peut par exemple modifier la couleur d'une voiture dans une publicité ou changer le lieu de présentation d'un objet. L'un des points clés

pour réussir dans ce genre de business est de rendre la création et la personnalisation des contenus très facile et peu coûteuse pour les annonceurs. Il faut même que cela soit du self-service pour les annonceurs ou pour leurs agences de communication. La startup s'appuie pour l'instant sur Flash et un format propriétaire d'interactivité. Ce projet me fait penser à la startup parisienne MotionTree qui a une démarche voisine de création d'un format de vidéo interactive ouvert, le RVA. Elle est en train de le faire standardiser par le groupe MPEG, ce qui est à la fois original et osé. Ils développent un player de référence et un outil d'autoring. Le player est destiné à toutes sortes d'usages et pourrait être intégré en standard dans tout un tas de devices. Deux approches bien différentes pour répondre au même besoin !



- **Agent of Presence** (USA) qui est une marque de vêtements fashion et connectés comme un sac en cuir lumineux, des robes qui changent de couleur selon le temps ou encore des bijoux connectés aux smartphones. Le tout en association avec des designers italiens et hollandais. Sujet intéressant dans l'habillement du futile et du paraître avec ses effets de mode, par essence changeant en permanence. Cela ne donnera pas pour autant une startup de type "plateforme", même si le business peut donner dans la récurrence, la mode se renouvelant en permanence. Le thème des vêtements connectés est dans l'air depuis au moins six ans. J'en avais vus quelques-uns au CES. Le marketing va s'appuyer à la fois sur la technologie et sur le design. L'usage ? Pas sûr...

Je suis un peu cassant dans ce compte-rendu. Derrière l'écume de la mode, il n'est pas mauvais d'avoir les pieds sur terre. Je relativise aussi beaucoup les choses sur ces startups du numérique et notamment du mobile. Il se trouve que j'ai l'occasion d'en croiser dans d'autres domaines. Chez Scientipôle Initiative, par exemple, je

peux voir le même jour une n+unième boîte de social marketing analytics ou d'application mobile et une autre qui va expérimenter des anticorps monoclonaux permettant de guérir de nombreux cancers dont les leucémies les plus graves (Inatherys). Pas le même niveau de problème ! Cela amène à relativiser les choses...

Que sont devenus les anciens gagnants de LeWeb ?

Le jury qui choisissait le gagnant de la compétition était un peu gêné. Occasion de faire un petit bilan de ce que sont devenus les anciens gagnants de LeWeb ! Il y a toujours eu un gagnant, à l'exception de 2010 où le jury final a décidé de nommer ex-aequo les trois premiers. C'est parti...

- **Yoono** (France, 2006) : c'était au départ une applet de bookmarking collaborative de sites intéressants pour Firefox et Internet Explorer. Quelques pivots plus tard, la société est toujours là, s'est installée à San Francisco et propose une application qui agrège l'activité de vos réseaux sociaux pour la présenter de manière intégrée. L'application tourne de manière indépendante, ou sous Chrome et Firefox. Ils sont loin d'être seuls à faire cela. Yoono a levé plus de \$5m, mais en France, chez IDInvest Partners.



- **Goojet** (France, 2007) : la startup proposait un environnement mobile pour héberger des widgets. C'était juste après l'arrivée de l'iPhone et mois d'un an avant la création de l'App Store. Android est arrivé comme seconde lame de rasoir derrière pour attirer les développeurs. La société toulousaine a pivoté pour se transformer en Scoop-it, un outil de curation qui se porte bien, même si le concept a beau m'agacer sérieusement en tant que créateur de contenus. Ces utilisateurs qui croient être un média en faisant comme effort principal de choisir des sources d'informations que Scoop-it agrège ensuite automatiquement. J'ai pu rencontrer son sympathique fondateur à LeWeb 2012, Marc Rougier. La société se développe avec notamment la mise en place d'offres btob, une sorte de nouveau pivot. En 2007, le responsable marketing de Goojet était Cédric Giorgi. Il était aux manettes du "social track" dans la seconde salle de plénières à LeWeb 2012 ! Dans la **Crunchbase**, la société affiche un siège à San Francisco.
- **Viewdle** (UK, 2008) : la société propose des solutions logicielles utilisant les caméras des mobiles, comme la reconnaissance de visages, et avec des applications diversifiées. C'était et c'est resté un fournisseur de technologies, utilisées visiblement très souvent en marque blanche. La société, anglaise à l'origine, est maintenant installée à Palo Alto et elle a levé \$12m.
- **Stribe** (FR, 2009) : proposait et propose toujours une sorte d'appendice "réseau social" aux sites web existant qui souhaitent se connecter aux utilisateurs par ce biais-là. La société basée à Paris a aussi un pied à terre à San Francisco. L'activité Stribe existe toujours mais elle ne semble pas croître significativement. L'équipe fondatrice a sinon aussi lancé en 2012 un réseau social pour couples : **Couple Street**. Tu n'y as donc normalement qu'un seul ami(e), ce qui limite un peu la viralité sauf à la limite, en changeant d'ami en permanence ! Ci-dessous, les gagnants Kamel Zeroual et Gaël Delalleau après leur victoire en 2009.



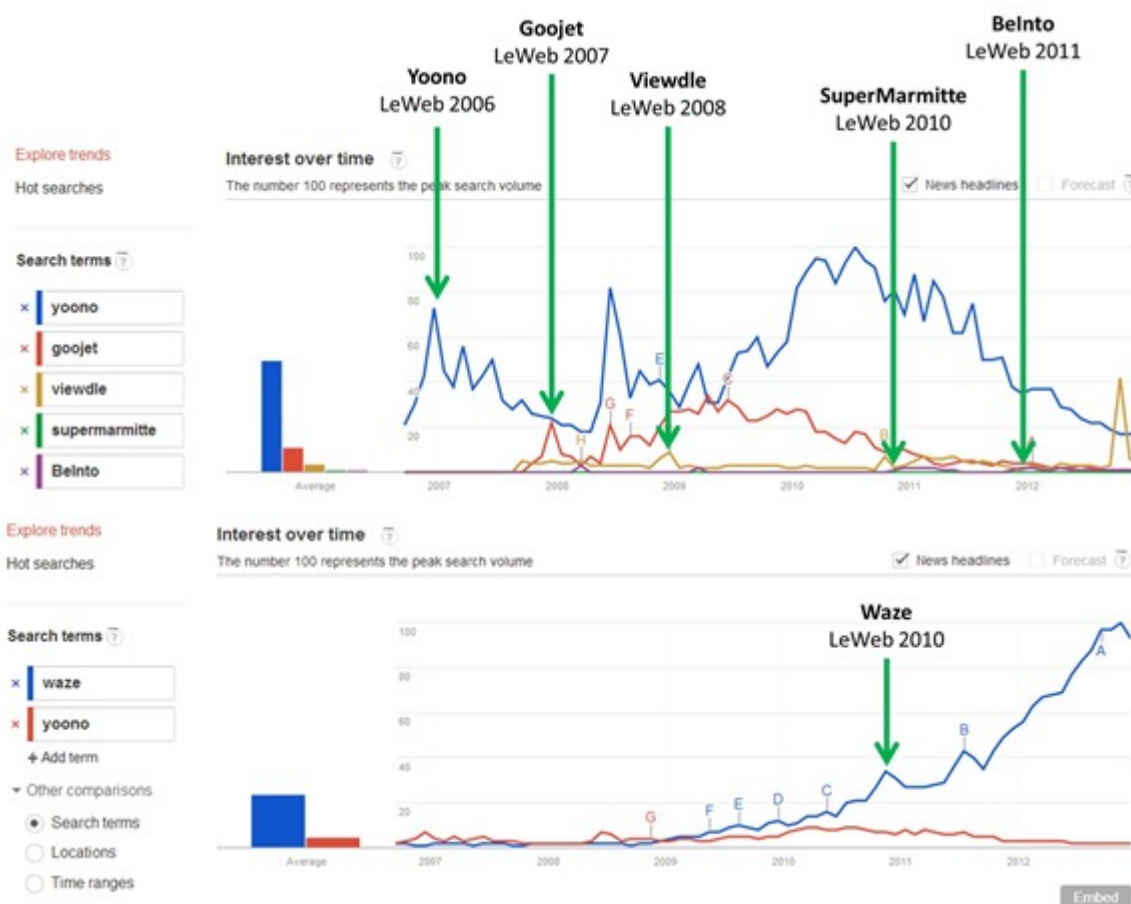
- **SuperMarmitte** (France, 2010) : le speech de son fondateur, Olivier Desmoulin (*ci-dessous*), avait été remarqué à LeWeb par son côté à la fois humoristique et décalé. Il s’agissait de permettre à tout un chacun de vendre à d’autres ses petits plats préparés à la maison. C’était la mode du “SOLOMO”. Problème : ce n’est pas évident à scaler car il faut non seulement un bon inventaire d’utilisateurs producteurs pour que cela fonctionne, mais il faut que les consommateurs soient proches des producteurs car la livraison des petits plats frais ne va pas se faire en Chronopost. C’est plus facile de faire du commerce de produits non périssables ! Sans compter les problèmes en termes de réglementation sur l’hygiène et la santé publique. Le service était en tout cas toujours opérationnel fin 2012. Mais bon, le site a l’air de toujours fonctionner et a intégré une forte approche éditoriale dans son contenu.



- **Paper.li** (Suisse, 2010) : un concurrent de Scoop-It. La société a levé \$2,1m fin 2011, date à partir de laquelle le trafic a eu l’air de baisser, selon Google Trends tout comme Alexa. Ca sent le roussi !

- **Waze** (Israel, 2010) : c'est la star des vainqueurs du web. Le service crowdsourcé d'informations sur le trafic routier se porte très bien. Le service est très malin : il capte les données de déplacement des utilisateurs à partir de leur mobile. Nokia a du aussi essayer cela avec Navteq. Il faut signaler toutefois que lorsqu'elle avait gagné LeWeb, Waze était déjà sur une trajectoire nettement ascendante (cf le graphe Google Trends ci-dessous en bas). La boîte a battu le record pour les vainqueurs de LeWeb en levée de fonds : \$67m en tout. Elle a son siège à Palo Alto.
- **Be-Into** (Italy, 2011) : la startup proposait une plateforme mobile de jeux permettant de gagner des coupons d'achat ou de réductions. Difficile de trouver ce qu'ils sont devenus. Avec un anagramme de benito, les moteurs de recherche sont paumés !

Pour terminer, un peu d'analytics avec un petit tour chez Google Trends pour analyser les requêtes sur Google Search après LeWeb. Comme un bon article dans LeWeb, cela génère un pic de visibilité très fort mais ce qui se passe après est très variable. La croissance la plus soutenue concerne Waze qui explose tous les autres, Yoono servant de référence de comparaison entre les deux graphes.



Autres startups présentes à LeWeb

Il y avait plein d'autres startups présentes à LeWeb. En voici quelques unes citées dans le **blog Kriisiis**, un autre site accrédité à LeWeb. Il y en avait une dizaine sur le stand **Belge** (ci-dessous) ainsi qu'à peu près autant de présentes dans les démonstrations faites sur le stand de France Télévisions. Mais j'aurais l'occasion d'y revenir dans un autre article. Et puis, nous avons bien entendu les autres stands et évidemment les entrepreneurs participant à la conférence et qui pitchaient leur projet à tout bout de champ. C'est à cette occasion que j'ai rencontré l'équipe de HAPILABS et sa e-fourchette qui compte le nombre de bouchées que

nous avalons et nous encourage à manger plus lentement. Très original ! Je les reverrai ... au CES 2013 d'ici quelques semaines !



Dans le prochain article de ce compte-rendu, je vais m'attaquer à la face nord de la conférence avec les sessions en plénière !

Cet article a été publié le 10 décembre 2012 et édité en PDF le 17 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>