

Les BigBoss fêtent leurs 10 ans : «Nous avons permis à des startups comme AB Tasty de prendre leur envol»

Du 1er au 3 décembre, Tignes a accueilli Les BigBoss pour son édition hivernale 2023. Un week-end particulier puisqu'il célébrait les 10 ans d'existence de ce concept visant à favoriser le business et le networking dans un cadre décontracté. Maddyness revient sur cette aventure entrepreneuriale atypique avec Hervé Bloch, fondateur et président des BigBoss.

Temps de lecture : minute

4 décembre 2023

Emmener des décideurs et des prestataires à la plage ou à la montagne pour faire du business dans un cadre idyllique, c'était le pari original tenté par Hervé Bloch en 2013 avec Les BigBoss. Dix ans plus tard, le concept est toujours là et continue de séduire des acteurs du numérique de différents horizons (marketing digital, e-commerce, assurance, voyage...) qui cherchent à nouer des deals dans un cadre décontracté. Cet anniversaire a été célébré au Club Med de Tignes du 1er au 3 décembre, avec évidemment Hervé Bloch en «chef du village». Maddyness a pu le rencontrer à cette occasion.

Si cette édition hivernale des BigBoss était placée sous le signe de ses 10 ans d'existence, l'origine du projet a germé en réalité bien avant 2013. Aux yeux de son fondateur, le modèle des BigBoss a ainsi vu le jour il y a plusieurs décennies. «Ce concept est né il y a 60 ans, quand mes parents se sont rencontrés au Club Med. J'ai vécu ma jeunesse, mon adolescence,

ma vie de jeune parent là-bas. J'étais en admiration devant la convivialité et la gentillesse des GO et GM (employés du Club Med, ndlr). J'ai donc croisé la convivialité du Club Med avec l'efficacité des speed datings, et cela a donné naissance aux BigBoss», explique-t-il à Maddyness. Et d'ajouter : «J'étais consommateur de salons mais je trouvais ça assez froid et impersonnel.» Hervé Bloch a donc décidé de changer la donne avec Les BigBoss.

«Des startups ont signé leur premier gros deal aux BigBoss»

Connu pour mettre en relation des décideurs, dont des grands groupes, avec des prestataires, les BigBoss s'attèlent également à mettre en avant des startups. Dans ce sens, un programme baptisé «Les BigBoss Love Startup» a été lancé il y a trois ans. Avec celui-ci, l'objectif est de doper la croissance de jeunes pousses en leur permettant d'accéder plus facilement aux événements organisés. Dans ce cadre, les BigBoss se sont alliés à des structures phares de la French Tech, comme The Family et EuraTechnologies. *«Nous voulons que les startups se sentent bien aux BigBoss. Dans cette optique, nous proposons notamment des prix plus attractifs pour elles, en leur faisant payer la moitié du prix du prestataire lambda pour prendre part à une édition hivernale ou estivale. C'est l'opportunité pour ces jeunes entreprises d'avoir un rendement encore plus conséquent. Pour moi, c'est important que les startups bénéficient d'une égalité des chances»,* estime Hervé Bloch.

Cependant, Les BigBoss avaient déjà eu un impact important pour plusieurs jeunes pousses, bien avant la création d'un programme qui leur était dédié. *«Des startups ont signé leur premier gros deal aux BigBoss»,* relève le créateur de ces week-ends business et networking. Avant d'ajouter : *«Nous avons permis à des startups comme AB Tasty, Eulerian, Ametix ou encore PlayPlay de prendre leur envol et j'en suis très fier. Ces*

entreprises disent elles-mêmes que c'est grâce à nos événements qu'elles ont levé des fonds ou vendu leur société.» Une analyse partagée par Alix de Sagazan, la co-fondatrice d'AB Tasty, spécialiste de l'optimisation de l'expérience utilisateur avec sa solution d'A/B Testing, dans le livre célébrant les 10 ans des BigBoss : *«Les événements Les BigBoss ont été un catalyseur de notre succès et ont lancé notre entreprise sur le marché. Ils ont été un vrai tremplin pour AB Tasty.»*

«C'est forcer le destin dans le bon sens du terme»

Pour valoriser davantage l'écosystème des startups, Les BigBoss ont mis en avant une dizaine de startups comme Plume, Colegram, Igonogo ou encore Addingwell lors du week-end organisé à Tignes. Pendant que la plupart des participants enchaînaient les rendez-vous one-to-one pour faire du business, les autres avaient en effet la possibilité de visiter un showroom (Startup et Innovation Arena) présentant les solutions de ces jeunes pousses. Pour celles-ci, c'est l'occasion de sortir du bois et de nouer de nouvelles relations commerciales.

«Nous faisons très peu d'événements classiques car le retour sur investissement n'est pas suffisant. Mais avec Les BigBoss, c'est le cas. Notre première participation a été rentabilisée et nous venons à nouveau pour signer des contrats B2B, qui représentent une part importante de notre chiffre d'affaires», indique Aude Guéneau, co-fondatrice de Plume, startup à l'origine d'une application pour donner le goût de la lecture aux enfants. Florian Loeser, co-fondateur d'Igonogo, jeune pousse qui développe une solution d'enquête en ligne pour permettre aux entreprises de capter les émotions de leurs clients, y trouve également son compte. *«Lors de notre première participation, nous avons fait de belles rencontres avec des décideurs, qui peuvent déboucher sur des collaborations à long terme. Les BigBoss, c'est ultra ciblé. Cela va direct à*

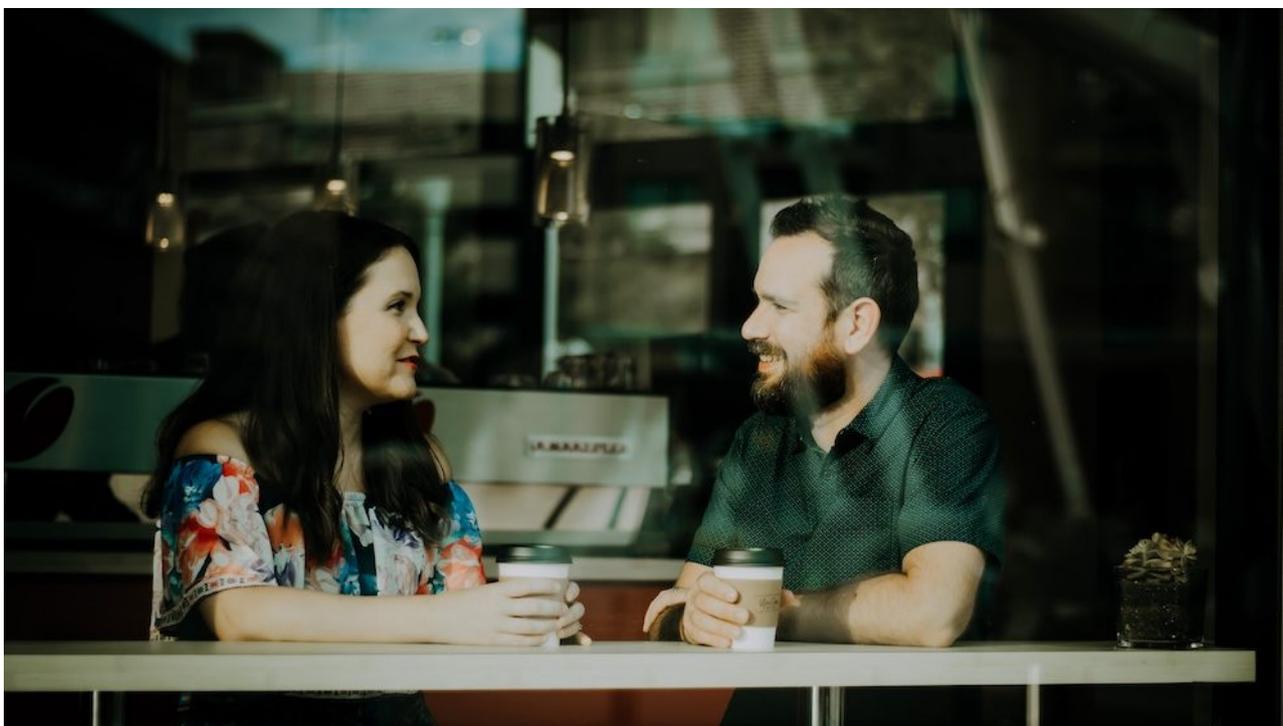
l'essentiel. D'une certaine manière, c'est forcer le destin dans le bon sens du terme», estime-t-il.

«Les startups seront les grands décideurs de demain»

Preuve que les startups montent en puissance parmi les BigBoss, elles ne figurent plus seulement parmi les prestataires en quête de deals avec les grands groupes. *«Maintenant, il y a même des décideurs startups comme Boku. Les grands décideurs d'hier sont devenus les sponsors d'aujourd'hui. Et les startups seront les grands décideurs de demain»,* observe Hervé Bloch. *«L'idée est de goûter au top 1 % des prestataires du marché. Nous n'allons pas signer autant qu'une grosse PME mais nous allons nouer des contacts pour être prêt le moment venu. Beaucoup d'acteurs du retail sont là, cela peut être utile pour ramener du trafic in-store. Étant une DNVB, c'est une problématique beaucoup plus compliquée pour nous»,* indique William Montagu, fondateur de Boku qui a mis au point un kit pour transformer ses WC en toilettes japonaises. A noter que deux startups, [Join](#) et [RogerVoice](#), ont été mises à l'honneur lors de la cérémonie des BigBoss Awards à Tignes.

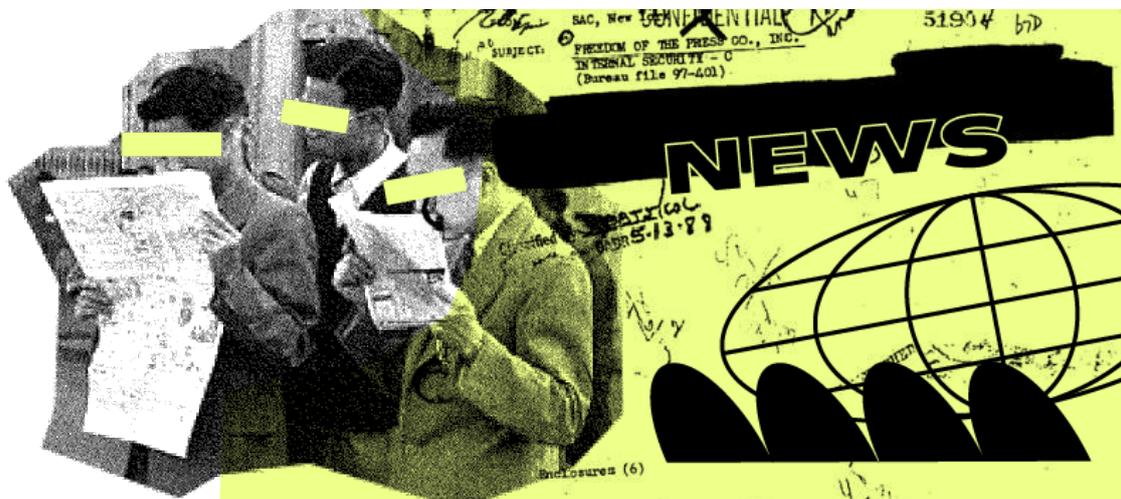
Si les BigBoss s'attèlent à mettre en avant les startups, la société créée par Hervé Bloch était elle-même une jeune pousse au départ. Et en une décennie d'existence, elle a été confrontée aux mêmes défis que les startups. Digilinx, devenu depuis Business & Co (filiale d'European Digital Group), avait notamment levé 18 millions d'euros en 2019 pour passer un nouveau cap dans son développement, avant de mettre la main sur Proximum365 l'année suivante pour renforcer son statut d'acteur de premier plan dans l'animation des communautés B2B. *«Ce n'est pas parce que nous sommes devenus une PME que nous ne sommes plus une startup»,* assure Hervé Bloch, le sourire aux coins des lèvres. Pour continuer à se réinventer, Les BigBoss vont ainsi lancer de nouveaux

formats en 2024, ainsi qu'une nouvelle marque baptisée «Digital Leaders», pour rester un acteur de référence permettant de faciliter les relations d'affaires.



À lire aussi

Et s'il fallait networker avant même d'en avoir besoin ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabron