

BigBoss Winter 2019 : Une Édition En Forme de Plébiscite

Organiser un événement d'ampleur où il est notamment question d'acheminer en région des participants franciliens, par centaine, est un exercice quelque peu périlleux en ces temps de grèves...Mi-décembre, au Club Med Arcs Panorama en Savoie, l'entrepreneur Hervé Bloch a confirmé qu'il restait bien le patron du networking business en rassemblant 600 dirigeants et experts de la start-up nation dans un huis clos fécond. 5000 datings et 1500 meetings one to one ont rythmé ces trois journées de haut vol. Forbes était aux BigBoss pour prendre la mesure du phénomène.

Ce 13^{ème} opus avait une saveur particulière tant pour l'instigateur, Hervé Bloch, que pour les acteurs du digital présents, les BigBoss signaient à cette occasion leur 100^{ème} rendez-vous quelques temps après la levée de fonds record de 18 millions d'euros réalisée auprès de Montefiore Investment. Nouvel actionnaire majoritaire, nouvelle adresse pour accueillir la manifestation mais avec, toujours, la même recette gagnante : détecter des partenaires d'affaires grâce à un algorithme sophistiqué, négocier des deals sur des télésièges, échanger des conseils entre pairs autour d'un cocktail : ou l'art de créer le match entre pépites du Web et cadres dirigeants du CAC 40. « *Plus il y aura de réseaux virtuels, plus les gens auront besoin de rencontres physiques.* », observe Hervé Bloch. « *Business as It should be* » (le travail tel qu'il devrait être, NDLR), est l'aphorisme promu par l'homme d'affaires.

Décideurs du numérique et prestataires, ces-derniers endossent pour l'occasion le costume de sponsors, répètent à l'envi combien ce concept 'ROIste' est stratégique pour leur business : « *une participation à l'édition hivernale ou estivale, nous économise jusqu'à six mois de prospection !* ». Quant d'autres revendiquent jusqu'à 35% de chiffre d'affaires annuels générés grâce à la redoutable mécanique des événements BigBoss (dîners VIP, verticales, journées et opus). Ces deux items ont permis de fidéliser au fil des ans des grands comptes comme Air France, Nestlé ou Axa ainsi que des belles success story de la French Tech à l'instar d'Ametix, d'Oney, Make me Win ou Wellpack. Légitimité et maturité sont acquises dans les discours si bien qu'un certains nombres d'intervenants évoquent à présent l'effet levier des BigBoss pour accompagner leurs objectifs de croissance.

Flavien Charles, directeur général associé de Wellpack, l'un des spécialistes de la collecte et monétisation de données, explique à Forbes la pertinence du format : « *Après plus de 3 ans de développement commercial basé sur la prospection à froid de prospect, Wellpack a voulu insuffler une nouvelle dynamique sur la prospection de comptes clés et stratégiques. Etant en fond propre depuis le début, l'option d'une levée de fond a rapidement été mise de côté. La question de rejoindre les événements BigBoss s'est donc naturellement posée pour tenir nos objectifs de croissance et de prise de part de marché sur un segment quasi vierge. Après une première participation sur un format d'une journée en 2018, la pertinence de notre participation eu égard des annonceurs présents au sein de l'écosystème BigBoss a été rapidement démontré. Nous participons désormais aux différents formats proposés par les BigBoss à savoir les dîners, les verticales ainsi que les gros opus.* ».

Avec 1/3 des grands comptes actifs issus du giron BigBoss, Wellpack illustre cette capacité de levier avéré du concept imaginé cinq ans plus tôt par Hervé Bloch. « *Rien de mieux que d'être cité en référence à un prospect par ses propres clients.* », fait valoir Flavien Charles. Même discours de la part de la PDG d'Evermaps,

Dorothee Mani, qui propose aux grands groupes ses services d'optimisation Web to Store : « *Les BigBoss ont été un accélérateur fort en conquête, la moitié de nos nouveaux clients ont été initiés durant nos participations. Un de nos plus gros portefeuilles aujourd'hui, Provalliance (maison-mère des enseignes de coiffure Franck provost, Jean louis David...), est le fruit d'une interaction BigBoss.* », partage la femme d'affaires. Le digital se sophistique et les responsables du secteur doivent se maintenir à niveau « *en nouant des partenariats stratégiques* », résume le maître d'œuvre de l'événement. Anticipation, agilité et croissance, un graal rendu possible par ses rendez-vous affinitaires 2.0.

Autre temps fort du weekend, la conférence animée par la présidente du jury Valérie Dagand, directrice générale adjointe au ministère des Armées en charge du numérique et également N-2 de la Ministre de la Défense, Florence Parly. Les Institutionnels sont de plus en plus visibles aux expériences BigBoss. A l'Hôtel de Brienne de même qu'à l'Etat-major situé à Balard, ce sont quelques 22.000 agents mobilisés sur la question du numérique pour un budget annuel de 3,4 milliards d'euros. », enseigne Valérie Dagand. Des chiffres impactants qui captivent l'audience du jour...tout en aiguisant pas moins les appétits. Plus tard dans la soirée, il est cette-fois question de transporter les 630 participants dans un univers olympique sous les traits du multi-champion du monde et du médaillé d'Or des J.O de Londres (2012) et de Rio (2016), Teddy Riner. Un guest star acclamé à l'intervention très attendue.

« *Au-delà des tractations business, les BigBoss c'est également des messages importants qui nous rassemblent à l'image de la 'Tech for Good', mais aussi des valeurs d'excellence et de dépassement de soi. Teddy Riner se reconnaît dans un rassemblement comme le nôtre au même titre que nous nous reconnaissons dans sa totale dévotion à sa discipline.* », introduit Hervé Bloch. Le temps d'un duplex live, Teddy Riner nous confie sa réflexion sur le sujet invitant au passage le public à interagir avec lui : « *Quand on arrive au plus haut, on essaye toujours de garder sa première place de champion, de rester au sommet. Dans le sport, cela se traduit par une remise en question permanente et par le développement de nouvelles techniques afin de conserver un temps d'avance sur ses adversaires. On retrouve ce même schéma dans le monde de l'entreprise où cette recherche d'excellence et de performance s'expriment à travers l'innovation et le travail en équipe. Le sport et l'entreprise partagent les mêmes valeurs et objectifs : il y a un collectif au service d'un projet. Je pratique certes un sport individuel mais à mes côtés, il y a mon préparateur physique, mon kinésithérapeute...L'entrepreneuriat et le sport de haut niveau ont beaucoup en commun.* », expose la légende du judo.

Après la sensation, Teddy Riner, changement de registre avec la remise des traditionnels trophées 'BigBoss Idol' dont l'objectif est de valoriser les belles histoires qui se sont écrit aux événements :

Prix Business attribué à : **Steerfox**

Prix Créativité à : **Mascotte+**

Prix Performance du jury à : **AB Tasty**

Prix Coup de cœur du jury à : **Ad's Up**

BigDeal à : **Kidiliz & Advisers** pour avoir signé un projet dépassant le million d'euros

BigBusiness à : **YouLoveWords** qui a conclu 28 contrats en deux ans pour un montant supérieur à 1,1M€

ManyDeal à : Jean-Philippe Congnet (**MSC Croisieres**), Mikael Quilfen (**Siblu**), Jean-Marc Leglise (**Promovacances**) et Maxime Gillet (**Total**) lesquels cumulent au

moins dix signatures avec des prestataires rencontrés lors de leurs précédentes participations.

Jamais à court d'idées, le père tutélaire des BigBoss, Hervé Bloch a profité de ce week-end anniversaire pour annoncer le lancement du programme

« Ambassadeurs » en vue d'élargir le cercle des BigBoss. 2020 sera également l'année de l'internationalisation du concept, parce que « *Sky is the limit !* », entendez '*il n'y a pas de limite*'. Ce précepte aura en tout cas bien réussi à ce trublion du digital.