

Comment Julien Noronha (Bpifrance) veut faire de Big un tremplin pour les entrepreneurs

Depuis janvier 2023, Julien Noronha est le directeur de la communication de Bpifrance. Maddyness l'a rencontré avant la 9ème édition de Big qui aura lieu ce jeudi 5 octobre à l'Accor Arena, à Paris.

Temps de lecture : minute

4 octobre 2023

Dernière ligne droite pour Big (Bpifrance Inno Génération), l'événement XXL de la banque publique d'investissement qui vise à réunir des milliers d'entrepreneurs et dirigeants de grands groupes, de PME, de TPE et de startups ce jeudi 5 octobre à l'Accor Arena, à Paris. Pour cette édition 2023, placée sous le signe de la Fierté entrepreneuriale, ce sont plus de 70 000 personnes qui sont attendues pour prendre part aux 500 conférences et ateliers organisés à cette occasion.

Pour Julien Noronha, cette nouvelle édition de Big aura une saveur particulière puisqu'il s'agira de la toute première dans son nouveau costume de directeur de la communication de Bpifrance. «*Plus jeune, je pensais être entrepreneur toute ma vie*», confie-t-il à Maddyness. Et pourtant, Julien Noronha a rejoint Bpifrance en 2018 pour prendre la tête de la branche en charge des événements, des contenus et du digital au sein de la direction de la communication.

«*Ce n'est pas un salon, c'est un véritable rassemblement*»

Dans ce cadre, il a chapeauté l'organisation des 500 événements annuels de Bpifrance, dont évidemment Big qu'il connaît sur le bout des doigts. *«Ce n'est pas un salon, c'est un véritable rassemblement»*, estime-t-il. Avant d'ajouter : *«C'est le seul endroit où on a 2 000 PME présentes, des TPE, des ETI, des créateurs d'entreprise, tout le CAC40 et tous les fonds d'investissement. Quand on regarde la Place du Village de Big, c'est toute l'économie française qui est représentée.»*

Pour faire de ce rendez-vous entrepreneurial un succès, Julien Noronha peut compter sur son expérience d'entrepreneur. Et pour cause, il a fondé en 2010, avec Thomas Benzazon, le média Widoobiz, dédié aux startups et à l'innovation. *«J'ai vécu à peu près toutes les phases de l'entrepreneuriat : de la création avec des bouts de ficelle jusqu'au rachat avec toutes les négociations que cela implique, en passant par les moments où on marche dans son entreprise en se demandant si on peut payer ses salariés comme les moments où on fête les grandes réussites avec toute son équipe»*, se souvient-il.

En parallèle de cette aventure entrepreneuriale qui aura duré huit ans, Julien Noronha a œuvré en faveur de l'écosystème, en s'engageant auprès de plusieurs associations comme 100 000 Entrepreneurs, le Moovjee ou encore R&seau Entreprendre. Des expériences qui lui ont permis de prendre rapidement ses marques lors de son arrivée à Bpifrance. *«J'ai très vite retrouvé mes codes, je n'étais pas perdu»*, assure-t-il. Avant de louer les qualités du patron de Bpifrance : *«Nicolas Dufourcq est un vrai homme d'État dans le sens noble du terme. Il aime son pays et il veut construire pour celui-ci. Il n'a pas de limite pour y parvenir. C'est une bonne chose, car tous les moyens sont bons tant que nous sommes utiles pour les entrepreneurs.»*

«Les temps sont particuliers parce que nous sommes dans des temps de transformation très

forts de notre société»

Dans ce sens, Julien Noronha s'attèle à entretenir la dynamique au sein des 16 communautés d'entrepreneurs chapeautées par Bpifrance (French Tech, French Touch, French Fab, French Care...). «*Pour chaque communauté, il y a des enjeux qui sont très différents et nous voulons répondre de manière très ciblée à chacun d'entre eux pour continuer à être utile pour les dirigeants. Nous essayons d'avoir une approche beaucoup plus stratégique sur toutes les communautés*», indique le directeur de la communication de Bpifrance. «*Tous les coqs qui représentent les communautés sont des symboles de fierté et de rassemblement*», ajoute-t-il. Deux notions qui sont mises en avant dans le cadre de l'édition 2023 de Big : «*En dix ans, l'état d'esprit a changé sur la vision de l'entrepreneuriat. C'est ce qu'on veut célébrer.*»

Néanmoins, Julien Noronha est conscient du chantier qu'il reste à mener que les Français s'approprient les aventures entrepreneuriales technologiques. «*La French Tech est dans le quotidien des Français et il faut le faire savoir. Que ce soit dans la tech ou l'industrie, il faut ramener les gens à l'usage. Si on veut que les Français adhèrent et soient fiers de leurs entrepreneurs, il faut leur montrer que leur quotidien est produit par des entrepreneurs et ils le seront encore plus quand ce sera davantage souverain*», estime-t-il. Et selon lui, le contexte actuel plus difficile, avec une crise de financement qui frappe la tech, n'est pas de nature à remettre en cause la force de frappe de l'écosystème des startups. «*Les temps sont particuliers parce que nous sommes dans des temps de transformation très forts de notre société*», juge-t-il.

C'est donc dans ce contexte de fortes transformations sociétales que va se tenir l'édition 2023 de Big, mais Julien Noronha a déjà les yeux rivés sur 2024, qui sera l'année de la 10ème édition de l'événement phare de Bpifrance. Pour celle-ci et pour les futures éditions, le co-fondateur de

Widoobiz ne cache pas qu'il aimerait que Big prenne une envergure similaire à celle de South by Southwest (SXSW), festival qui mêle culture et tech à Austin, aux États-Unis. *«En 2024, ce sera les dix ans du Big, nous nous préparons donc à créer la plus grande des éditions et surtout à célébrer cet anniversaire avec tous les entrepreneurs et tous ceux qui font l'économie française depuis dix ans. Et cette 9ème édition marque déjà un nouveau temps pour le Big, puisque nous n'avons jamais eu autant d'inscrits et de contenus. Rendez-vous tous jeudi !»*, lance-t-il.



À lire aussi

Bpifrance a fléché 5,6 milliards d'euros vers le financement de l'innovation au premier semestre



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabrion