

Paris SaaS Week : comment B2B Rocks veut fédérer l'écosystème du logiciel en tant que service

Du 23 au 27 septembre, la capitale française va accueillir la Paris SaaS Week, une initiative reprenant les codes de la Fashion Week pour mettre en valeur l'écosystème du SaaS. L'événement B2B Rocks en sera le point d'orgue.

Temps de lecture : minute

21 mai 2024

Station F accueillera la douzième édition de B2B Rocks, le plus grand événement SaaS d'Europe continentale, le 25 et 26 septembre prochain. Pendant deux jours, les keynotes, tables rondes, masterclass et autres workshops se succéderont avec l'ambition de proposer des contenus très pragmatiques. « *On n'est pas là pour inspirer sur les dix prochaines années, confirme Colin Lalouette, organisateur de B2B Rocks et CEO d'Appvizer. On est vraiment là pour que les gens partent avec de l'intelligence actionnable, avec des idées concrètes qu'ils vont pouvoir appliquer sur leur entreprise.* »

Pour aller plus loin, l'événement s'inscrit cette année au cœur d'un dispositif plus ambitieux nommé la Paris SaaS Week qui va proposer une programmation tout au long de la semaine grâce à une galaxie d'événements qui s'organisent autour de B2B Rocks.

B2B Rocks : un événement toujours plus au

coeur de l'actualité

Créé en 2013 par Alex Delivet (entrepreneur aujourd'hui à la tête d'une solution SaaS nommée Collect, passé par eFounders, et ancien éditeur du Startup Digest France), B2B Rocks en est déjà à sa troisième vie. Après une première période impulsée par son fondateur, l'événement avait été racheté par Axeleo en 2018, qui avait continué plusieurs années sa programmation avant de le revendre à son tour à Appvizer en 2021.

« On était partenaire de l'événement depuis plusieurs années, raconte Colin Lalouette, CEO d'Appvizer. Il n'y avait pas mieux que cet événement pour trouver nos clients et faire du business. Alors quand Axeleo m'a proposé de racheter la marque, cela faisait beaucoup de sens pour nous de le faire. » En effet, le métier de B2B Rocks n'était pas si éloigné que cela de celui d'Appvizer, un média lancé en 2015, d'abord sous la forme d'un comparateur de logiciel, pour aider les entreprises à faire les bons choix d'outils à adopter.

« Je pense que c'est d'ailleurs ce qui différencie aujourd'hui B2B Rocks, annonce-t-il. La qualité éditoriale que l'on cherche à mettre en place avec ce contenu actionnable, et des speakers qui sont de véritables rock-stars qui viennent de partout dans le monde, de la Chine, aux États-Unis, en passant par l'Allemagne ou le Portugal. »

Cela fait donc depuis plus de dix ans que B2B Rocks a ce rôle d'observateur privilégié de l'écosystème SaaS, voyant son évolution édition après édition jusqu'à aujourd'hui où le logiciel as a service est plus important que jamais. *« On le voit bien année après année, le pourcentage de vente de logiciel SaaS prend de plus en plus de place, souligne Colin Lalouette. Il va dépasser les 50 % ! »*

La Paris SaaS Week pour faire rayonner l'écosystème plus loin

Pendant B2B Rocks, ce sont plus de 2.000 leaders de la scène SaaS qui vont se rejoindre durant deux jours. Les organisateurs ont décidé de profiter de cette concentration des talents du secteur dans une même ville pour organiser la Paris SaaS Week, un événement inspiré des codes de la Fashion Week pour inviter d'autres acteurs à se greffer à la dynamique afin de créer des événements parallèles.

« C'est un moyen pour nous de laisser la communauté prendre la main sur un certain nombre de sujets... parce que le SaaS est un vrai sujet écosystémique qui nous dépasse et qui va aussi au-delà des sujets que l'on va traiter sur B2B Rocks. »

Maddyness est partenaire média de l'événement B2B Rocks.



À lire aussi

Brest : L'éditeur BoondManager lève 32 millions d'euros pour accélérer son expansion



MADDYNEWS

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

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Valentin Pringuay