

Demain, y aura-t-il encore des événements ?

Le Covid-19 a mis à mal bon nombre de secteurs de l'économie à travers le monde mais il en est certains encore plus durement touchés que d'autres. Parmi ceux-ci, le secteur de l'événementiel a subi sa pire crise depuis des décennies car privé de ce qui fait sa force : la rencontre physique.

Temps de lecture : minute

17 juin 2020

Roland Garros, le Festival de Cannes, VivaTech... Tous ont dû reporter leur édition voire tout simplement l'annuler. Face à ces annulations en cascade, de nombreuses questions se posent quant à la santé économique du secteur, la survie de ses acteurs et l'impact que devraient avoir ces annulations sur les participants à ces manifestations. Comment le secteur peut-il s'en remettre ? Peut-on recréer tous ces événements virtuellement ? Quelles traces va laisser cette crise sur notre manière d'aborder les événements auxquels nous participons ?

Maddyness est parti interroger ceux qui en sont les artisans et se battent chaque jour pour que ces événements puissent voir le jour lors d'une MasterClass spéciale sur le futur du secteur, extraits.

Avant le Covid-19, la frénésie et la croissance insolente !

Parler du futur du secteur de l'événementiel, c'est tout d'abord, parler de son développement ces dernières années et de son insolente croissance depuis le début des années 2010. "2019 a été une très bonne année et

2020 présageait de l'être aussi au sens large, comme nous avons planifié environ 300 événements. Mais lorsqu'on s'est pris un mur, personne ne l'avait vu venir ou n'y était préparé" , nous explique Denis Remon, directeur de l'événementiel chez Paris Society. "On a l'habitude des grèves, du mauvais temps ou autres, mais on n'aurait jamais pensé à une pandémie. On tenait à rassurer nos clients, à maintenir le lien avec nos collaborateurs en attendant des jours meilleurs. Malgré les annulations, nous nous sommes rapprochés de nos clients et avons revu notre stratégie. 90% d'entre eux ont souhaité décaler les évènements."

Car la principale question que se posent les acteurs du secteur, qu'ils soient organisateurs, annonceurs, exposants ou visiteurs c'est à quoi vont bien pouvoir ressembler les événements dans le futur ? Pas un jour ne se passe sans que ne pullulent des conférences en ligne, des formations en tout genre ou des salons "dématérialisés". Mais cela est-il voué à perdurer ou est-ce juste passager pour répondre à la crise sanitaire ?

Virtuel contre présentiel ?

"C'est un thème qui revient souvent, et avec la crise le monde s'est rué sur Zoom ou Skype. Ce sont de très bons outils que nous utilisons en interne, mais cette situation nous a aussi permis de croire qu'on a encore plus besoin de se rencontrer en personne" , indique Denis Remon.

"Il y a toujours une audience dans l'impossibilité de se rendre à un évènement mais qui souhaite quand même profiter de son contenu que nous mettons bien souvent à disposition en ligne. En revanche dans les mois qui suivent, avec la digitalisation de la plupart des événements, nous allons pouvoir capitaliser sur la révolution du télétravail et la transformation des méthodes de travail pour revoir le futur de l'événementiel" , explique pour sa part Stanislas Gouilly-Frossard, General Manager de JPB Audiovisuel.

“De toute façon, il y aura un après. Nous avons tous pris l’apéro sur Houseparty au début du confinement, mais nous attendons tous la même chose : se voir ou se revoir. Le fait de ne pas pouvoir participer à des évènements et vivre des expériences en direct a naturellement créé de la frustration !” Là est le point crucial, de la frustration naît la création et la rencontre. Après des semaines confinés, pourrions-nous vraiment nous passer de nous rencontrer ? D’échanger ? De partager pour imaginer ensemble des collaborations, comme le permettent de manière imprévisible les salons et autres événements ?

L'expérience comme obstination future ?

L’enjeu de l’expérience, du plaisir et de l’interaction est clé dans notre manière d’appréhender les événements à l’avenir. *“Il y a tant d’efforts investis dans la création, l’organisation et la mise en place d’un événement pour refléter la vision d’un client que malheureusement, si l’expérience se résume à faire la queue partout et porter un masque, ça ne va pas fonctionner. Les règles sanitaires actuelles ne sont ni agréables ni confortables et ne font pas partie des raisons pour lesquelles vous vous rendez à un événement. Si on rassemble des gens et qu’on met en lumière notre espace, c’est pour miser sur l’expérience client qui est notre cœur de métier. Il ne faudrait donc pas que la liste des règles entache l’expérience”*, indique Stanislas Gouilly-Frossard. En somme, l’être humain a, par essence, besoin de contact, de nouveauté, d’innovation. Il a besoin d’être surpris, et avec un masque et une boîte de gel hydroalcoolique dans la main, ceci est beaucoup plus compliqué.

“On va profiter de l’été pour se régénérer, analyser tout ce qui vient de se passer et attaquer septembre dans des conditions normales. Le pays ne va pas s’arrêter et les évènements ne vont pas s’arrêter demain. Nous pourrions organiser de petits évènements en respectant les règles de sécurité mais ce n’est pas ce que veulent nos clients et les mesures en place actuellement gâcheraient tout ce que les gens aiment et

recherchent dans un évènement !” , ajoute pour sa part Denis Remon.

La technologie au secours de l'événementiel, vraiment ?

“On est en train d'empêcher les gens de se rencontrer, ce qui crée un effet de frustration. Je pense qu'on va prendre conscience que de se rencontrer en vrai, à un endroit précis, et être en communion avec tout le monde est une chance. Les marques vont prendre à bras le corps le fait de vouloir rassembler encore plus et la qualité des événements va grandir” , explique Stanislas Gouilly-Frossard. Le futur de l'événementiel semble donc positif et devrait tirer la qualité des événements produits vers le haut, avec comme règle de conduite des événements plus grands, de meilleure qualité, plus responsables, plus innovants et surtout plus créatifs. Rendez-vous dans 5 ans pour voir si cette règle aura été suivie !