

Quel avenir pour les événements d'entreprise ?

C'est certain, il y a eu un avant et il y aura un après COVID-19. En plus d'une crise sanitaire, ce virus a engendré un bouleversement du secteur événementiel qui doit se renouveler de toute urgence.

La filière est bien consciente que la manière d'organiser les événements de demain ne sera pas celle d'hier. Alors, quel avenir pour les événements d'entreprise ?

Une digitalisation accrue

C'est clair : les outils digitaux nous ont, à tous, permis de nous adapter à cette crise sans précédent et de démontrer leur puissance. Grâce à des agendas moins saturés et notamment l'absence de déplacements les Webinars ont pris leur envol.

C'est certain, l'événement de demain sera plus digital ! En plus de développer l'audience et de donner accès à des *speakers* de qualité sans sortir de chez soi, les plateformes de *livestream* permettent également de créer de l'engagement dès le début du parcours client. Il est possible d'imaginer des interactions en ligne de tout genre dès le lancement des invitations, des jeux, des partages, des animations en réalité virtuelle... Seule l'imagination à ses limites.

Hub & spoke : une autre forme d'interaction

Quand on parle d'événement digital, on pense à une personne devant son écran visionnant un orateur. Or, il existe de nombreux types d'événements digitaux comme des tables rondes à distance, des *fireside chats*, des journées portes ouvertes... Grâce à la technologie empruntée à l'aérospatial, on peut développer la convivialité et le *networking* à échelle réduite tout en organisant des événements de grande ampleur. C'est ce qu'on appelle le Hub & spoke. Il s'agit de scinder l'audience en petits groupes sur un territoire donné. Ces petits groupes sont dans des salles connectées et interagissent entre eux tout au long de l'événement.

Qui dit digitalisation dit démocratisation des prix et réduction des émissions en CO₂

Effectivement, passer en mode digital enlève déjà tout le volet du *catering*, de la location et de la mise en scène du site. La programmation est également plus flexible par rapport aux horaires. Comme déjà annoncé plus tôt, la digitalisation donne également accès à des *speakers* vedettes à un tarif plus abordable, car ces derniers ne doivent pas bloquer un ou deux jours pour le déplacement. Par ailleurs, les événements virtuels n'ont pas à se soucier des embouteillages, de la durée du déplacement, des moyens de transport. Il y aura moins de déchets physiques également. Reste la pollution digitale.

Mais, le digital a ses limites

On le sait et on l'a tous ressenti : le digital épuise. Le phénomène n'est pas nouveau et est étudié depuis 2014 par de nombreux chercheurs. L'absence de langage non verbal, les interruptions intempestives dues à des problèmes de réseau ou encore les réunions cacophoniques qui impliquent de trop nombreuses personnes ont la fâcheuse tendance à saturer notre cerveau. Ainsi, les événements digitaux ont beaucoup d'avantages mais ils doivent être organisés avec soin. L'orateur doit être préparé (tout en sachant que parler devant une caméra est un exercice totalement différent que de s'entretenir avec une audience physique), les supports de présentation doivent être soignés et les moyens techniques doivent être testés et retestés afin de ne pas faire défaut et d'offrir l'expérience la plus agréable possible à l'audience.

Des mesures d'hygiène accrue

Bien qu'à l'heure où est écrit cet article, aucune directive n'ait encore été donnée, nous savons que des nouvelles mesures de sécurité et d'hygiène devront être prises pour organiser les prochains événements.

Afin de rassurer son audience, il sera nécessaire de prendre toutes les précautions sanitaires possibles comme le rappel des gestes barrières ou une mise en place spécifique permettant de limiter la proximité.

Vive le contact humain et notre crémant luxembourgeois !

Même s'il est certain que de nombreux événements seront réalisés digitalement, là où le *networking* est essentiel, les événements physiques perdureront. L'Homme est un être social qui a besoin d'interactions avec d'autres êtres humains. Et ce n'est pas pour rien que les meilleures ventes et les meilleurs accords se font autour d'une belle table et d'un petit verre.

Ce confinement et cette distanciation sociale nous ont encore plus montré à quel point nous avons besoin des relations humaines. Fort de ce constat, il est certain que l'événement a encore de beaux jours devant lui, même s'il peut profiter des possibilités du digital. C'est une question de dosage. ✓

Netty Thines

Conseil en communication

Mediation S.A.

