

L'OBSERVATOIRE DE L'ÉVÉNEMENTIEL

2018



Agence Événementiel Corporate
www.lodge-attitude.com



HELPEVENT.FR

so easy & friendly



myLodgeEvent.com¹

Le sésame de l'évènementiel

Pourquoi cet observatoire ?

Si nous devons retenir une seule phrase dans notre métier :

« la gestion du moindre détail qui fera toujours la différence » ...

Tout est dit je pense ... alors, instruisons-nous, anticipons et apportons toujours + à nos clients.

Pour qui ?

Toute personne en charge de l'organisation d'évènements professionnels et même personnels

Quand l'utiliser ?

L'avoir en tête et ne pas hésiter à revenir dessus régulièrement ... sésame ouvre toi !

Maintenant, à vous de lire et à vous de créer !

Edito

Expert(e)s ou débutant(e)s, le monde de l'événementiel et ce qu'il représente ... interpelle, incite, séduit et souvent intrigue.

Dirigeant associé d'une Agence Événementiel Corporate ([Lodge Attitude](http://Lodge-Attitude.com)), cofondateur de la plateforme web d'organisation d'événements (myLodgeEvent.com) et de la solution (helpevent.fr) je souhaite, avec toute l'équipe et à travers cet observatoire, apporter quelques repères, quelques notions, quelques indicateurs, et quelques réflexions sur ce marché en totale ébullition, tellement motivant, toujours captivant !

L'événementiel doit apporter de l'impact, de l'humain et s'adapter au monde, à l'économie, à l'innovation ...

Notre job : Avoir un temps d'avance, comprendre, prendre du recul, anticiper, faire rêver ... en toute humilité.

Voici les clés essentielles dans notre observatoire de l'événementiel 2017 – 2018, avec les données et ressources à notre disposition, ainsi qu'un savoureux mélange de réalité métier, d'expertise et de projection !

David JAMES
Dirigeant et fondateur
david@lodge-attitude.fr



➔ **L'événementiel dans tout ça !**

Le Marché général

[P 7](#)

Les Tendances & Orientations

[P 10](#)

➔ **L'entreprise dans tout ça !**

L'événementiel : un élément incontournable de votre stratégie d'entreprise

[P 17](#)

Les bénéfices de l'événementiel en entreprise (interne et externe)

[P 19](#)

Etre organisateur / organisatrice d'évènement

[P 24](#)

➔ **L'organisation dans tout ça !**

Les 10 règles d'or de l'organisation d'un événement professionnel

[P 27](#)

Comment définir les bases de votre événement professionnel

[P 31](#)

Comment créer votre événement professionnel de manière qualitative

[P 33](#)

Comment choisir les prestataires événementiels en phase avec vos besoins

[P 35](#)

Bien organiser son événement d'entreprise, c'est ne rien oublier

[P 38](#)

Le rôle de l'agence événementielle

[P 42](#)

➔ **Pourquoi pas une Plateforme globale d'organisation d'événements ?**

Aujourd'hui et demain

[P 48](#)

Utiliser une plateforme de gestion d'événements : Un vrai plus pour les entreprises

[P 56](#)

SOMMAIRE

➔ Les conseils dans tout ça !

Organiser un événement d'entreprise : du contenu, de la forme et de la méthodologie	P 64
Réserver une salle pour un événement : conseils, astuces et nouvelles tendances	P 69
Les Réunions d'équipe : Comment les organiser efficacement	P 77
Le Teambuilding d'entreprise : les bénéfices que vous ne soupçonnez peut-être pas	P 80
Organiser une activité Teambuilding : Réflexions & checklist indispensable	P 84
Comment gérer l'envoi de vos invitations dans le cadre d'un événement professionnel	P 88
L'importance des enquêtes de satisfaction post-événement professionnel	P 91
L'autre France : le terrain de jeu de tous vos événements d'entreprise	P 93
L'événementiel et le développement durable	P 102

➔ Le + : des prestations à proposer

Agenda 2018 : Idées d'événements classiques et originales en lien avec l'actualité	P 104
Le teambuilding dans tous ses états	P 109
Le Voyage incentive et WE récompense : 2 manières de récompenser vos équipes	P 114
Les 10 idées de salles et lieux de séminaire atypiques en France et à l'international	P 117
Le Séminaires au vert, pensez-y	P 121
Le Voyages d'entreprise : Les nouvelles tendances	P 123
Les Idées de séminaires et rencontres professionnelles : les nouvelles tendances	P 130
L'événementiel solidaire	P 134
De l'originalité pour votre repas de fin d'année	P 137

➔ La conclusion dans tout ça !

[P 140](#)

L'événementiel dans tout ça !



L'ÉVÉNEMENTIEL DANS TOUT ÇA !

LE MARCHE GENERAL

Le marché de l'événementiel avance en forme de "montagne russe" comme l'indique Coach Omnium, sur la demande et les dépenses des entreprises sur le marché des MICE (séminaires, conventions-congrès, incentive et événementiels). Selon les dernières données disponibles le secteur de l'événementiel a connu une reprise de son activité "faible, mais visible" selon les auteurs de l'étude, contrairement à 2014 qui a été marquée par une chute des dépenses des entreprises pour leur communication, leur valorisation et leur image. La demande en matière événementielle est toutefois irrégulière et imprévisible. La visibilité conjoncturelle demeure donc fragile et fluctuante, avec néanmoins des signaux pertinents.

Internet est sans surprise l'outil n°1 des entreprises pour rechercher des informations sur les prestataires du marché de l'événementiel. Une partie des sociétés interrogées par Coach Omnium indiquent pourtant y trouver trop d'offres et perdre du temps dans leur recherche. Pour être plus efficaces, des sites spécialisés regroupent un maximum d'offres de prestations et la possibilité de demander des devis en ligne pour chacune d'elles.

Quoi qu'il en soit, les entreprises confirment qu'elles ont **besoin de réunir leurs troupes dans des séminaires et conventions**, et que rien ne peut remplacer ces rencontres.

Même pas la technologie, le recours à des experts métiers, comme les agences est toujours demandé.

Meetings	Incentives	Congress	Events
● Séminaire (Résidentiel ou Semi-résidentiel) ● Kick off meeting ● Convention	● Voyage de stimulation ou voyage de motivation ● Lancement de produit	● Assemblée Générale ● Congrès ● Colloque ● Symposium ● Conférence (dont Visio Conférence)	● Événement Corporate ● Événement presse ● Événement Grand Public ● Relation publiques ● Soirée

8,2 milliards d'euros de dépenses des entreprises en communication événementielle

Ce montant représente une hausse de 1,2 % par rapport à N-1 mais n'a plus rien à voir avec celui des années d'avant la crise économique. Les entreprises commandent des manifestations au coup par coup, selon leurs besoins, leurs urgences et leurs budgets disponibles. Les manifestations sont plutôt courtes, avec moins de participants mais une hausse du budget pour chacun d'eux. Par contre, les organisations haut de gamme sont toujours plébiscitées mais, en période d'austérité affichée, en évitant les événements trop ostentatoires ou trop prestigieux et en favorisant plutôt des lieux originaux (châteaux, demeures de caractère, lieux insolites comme les monuments, les musées, les bateaux, etc).

Le Chiffre : 64,5 milliards d'euros. C'est le chiffre d'affaires annuel généré par le marché de l'événementiel français, tous secteurs confondus (congrès, événements corporate ou sportifs, voyage d'affaires, mode, salons et foires...)

L'ÉVÉNEMENTIEL DANS TOUT ÇA !

26 % des manifestations sont de type événementiel

Les manifestations à caractère festif et événementiel sont au même niveau qu'il y a 10 ans et sont plutôt en hausse depuis 2012. La nécessité de relancer leur activité économique explique que les entreprises se tournent à nouveau vers des manifestations événementielles pour attirer l'attention de leurs clients et de leurs prospects. De même, après une baisse de l'incentive, ce dernier connaît un regain toujours dans l'optique pour les entreprises de remobiliser leurs commerciaux, revendeurs, franchisés, concessionnaires et dynamiser leur activité économique.

Les lieux de réception : 52 % sont des hôtels, 44 % les locaux de l'entreprise

Si l'hôtel, par sa mise à disposition sur un même lieu de salles, de la restauration et de l'hébergement, reste le lieu préféré des sociétés pour organiser leurs manifestations événementielles, la diminution des budgets qui leur sont alloués et la baisse du nombre de participants, poussent davantage d'entreprises à utiliser leurs propres locaux : elles étaient 44 % à le faire, contre 18 % en 2005.

44 % des entreprises incluent des activités périphériques ludiques, culturelles ou sportives à leur événement

Pour les prestataires, le marché de l'événementiel c'est aussi organiser des activités périphériques à la manifestation en elle-même. Mais la demande des entreprises est fortement en baisse dans ce domaine : 44 % en 2015, contre 76 % en 2005. Toutefois, c'est quand même 4 sociétés sur 10 qui restent demandeuses. Les activités ludiques telles que des cours de cuisine, des ateliers de dégustation, des chasses aux trésors, des participations à des actions humanitaires rencontrent un grand succès. Les activités culturelles sont elles aussi plébiscitées (visites de musées, de châteaux, de sites touristiques, de caves à vin, soirées théâtre, etc.). L'activité qui met le collaborateur en mode participatif et collaboratif est toujours plébiscitée.

La sécurité pèse toujours plus dans les réunions et événements

Les tendances mondiales pour les réunions et événements montrent que :

- restauration : une élévation globale des prix est attendue. Pourquoi ? À cause de la hausse des prix de production, de l'évolution de l'import/export et des exigences alimentaires spéciales de plus en plus fréquentes de la part des participants.
- sécurité : son poids est de plus en plus important dans les réunions et événements. Comment ? Au-delà du suivi traditionnel des voyageurs dans le transport aérien, il est nécessaire de déclarer la liste complète des participants afin de faciliter les plans d'urgence.
- présence virtuelle : de plus en plus utilisées dans le secteur, les technologies permettent une participation à distance et interactive aux réunions.

Le must : une entreprise, l'homme, aura toujours besoin de se retrouver, d'interagir et de se sentir reconnu ... la force de l'événement est partout ☺, aussi bien dans l'univers professionnel que personnel.

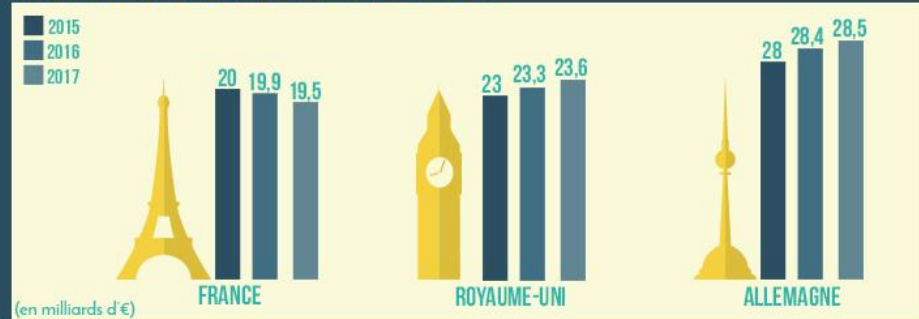
La thématique : Faire, créer l'événement en toute humilité et en toute sécurité !

L'ÉVÉNEMENTIEL DANS TOUT ÇA !

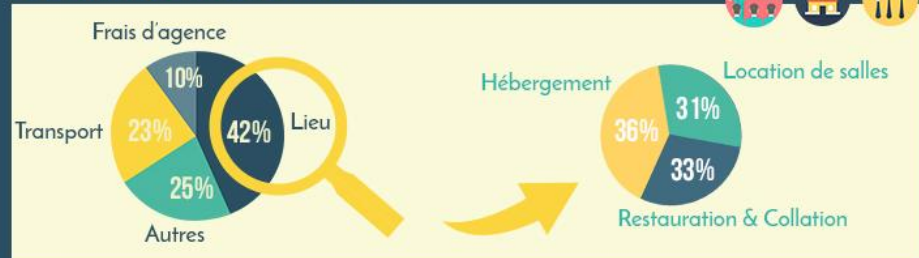
Comment les entreprises répartissent leurs budgets événementiels ? Pour quel type d'événements ? Quels lieux sont privilégiés ? On vous laisse découvrir !

Focus : France – Royaume Uni - Allemagne

UN MARCHÉ GLOBALEMENT STABLE



VENTILATION DES DÉPENSES



TYPOLOGIE DES ÉVÉNEMENTS

68%
accueillent moins
de 30 participants

82%
sont gérés en
interne

73%
ont lieu sur le
territoire national

POURQUOI SOUS-TRAITER LA GESTION ?

- > GAIN DE TEMPS **65%**
- > MEILLEURE CONNAISSANCE DES LIEUX **59%**
- > DÉCISION DE LA DIRECTION **58%**
- > PROFESSIONNALISME **56%**
- > GRAND NOMBRE DE PARTICIPANTS **54%**

CHOIX DU LIEU

- 52%** Salles de réunion & sites entreprise
- 23%** Hôtels
- 12%** Centres de conférence
- 7%** Châteaux & Lieux de Caractère
- 6%** AUTRES

L'organisateur est en recherche perpétuelle :

- **Originalité**
- **Expertise**
- **Sécurité**

L'ÉVÉNEMENTIEL DANS TOUT ÇA !

LES TENDANCES & ORIENTATIONS A VENIR

L'événement de demain va continuer de surprendre grâce à l'apport des nouvelles technologies et des innovations digitales. Un seul objectif : séduire le public à travers des expériences mémorables et génératrices d'émotions !

Tendance : le public fait le show !

Vous l'avez déjà compris : ceux qui font vivre l'événement, ce sont avant tout vos invités ! **Photos, réactions sur les réseaux sociaux, partage de vidéos en direct...** Les organisateurs d'événements ne sont plus les seuls chefs d'orchestre de l'animation événementielle, loin de là. Plus que jamais, l'événement se veut **interactif et participatif**. Pour favoriser l'engagement du public et augmenter la viralité, il faut valoriser les contenus partagés ! La mise en place d'un community wall ou d'une animation photo digitalisée devient indispensable pour dynamiser tous les événements (aussi bien corporate que grand public).

Tendance : réalité virtuelle et augmentée, hologrammes, visualisation 360°... Bienvenue dans l'illusion des sens

La "réalité mélangée" deviendra bien plus qu'un terme à la mode. Les **technologies immersives** continuent de prendre de l'ampleur pour offrir des **expériences insolites, multi-sensorielles et transcendées par des contenus 3D** de plus en plus réalistes. Alors que la frontière entre le réel et le virtuel s'estompe progressivement, le secteur de l'événementiel se présente déjà comme le terrain de jeu privilégié des dispositifs immersifs les plus spectaculaires. Reste à voir comment les marketeurs et responsables événementiels vont saisir cette occasion de proposer des concepts d'animation originaux et de brouiller les lignes entre le numérique et le physique au cours des 12 prochains mois !

Tendance : l'expérience et du sensationnel... Mais pas sans l'analyse de la data !

Le secteur de l'événementiel continue de se transformer, porté par l'essor des nouvelles technologies et des innovations numériques. L'enjeu aujourd'hui est de **susciter de l'émotion chez le public à travers des expériences uniques, créatrices de valeur**. Afin de mieux comprendre les attentes de ses clients et prospects, les stratégies de communication événementielle sont de plus en plus orientées sur **l'analyse de la data**. Et pour cause, il existe de nombreux moyens de récolter de précieuses données sur un public cible pour pouvoir **appréhender en temps réel les habitudes et préférences de chaque invité et améliorer les actions commerciales** à venir. Pourquoi s'en priver ?

L'ÉVÉNEMENTIEL DANS TOUT ÇA !

Tendance : L'utilisation des technologies « Crowdsourcing » et « Crowdsourcing » en temps réel pour vos événements

Ces technologies sont définitivement de grandes tendances en gestion événementielle et transformeront l'industrie pour les années à venir. Elles permettent de changer certaines variables d'un événement telles que le genre et le volume de la musique jouée, ou la température du lieu, en fonction des besoins des participants. Les téléphones intelligents des invités ou autres technologies portables, collectent toutes ces importantes informations en temps réel et les partagent avec les organisateurs.

Par exemple, en suivant le mouvement des utilisateurs, on peut savoir si la piste de danse se vide afin de changer le style de musique pour revigorer les participants, ou encore, ajuster le nombre de membres du personnel et la quantité de nourriture dans certaines zones où il y a une plus forte affluence.

Tendance : L'utilisation de Snapchat lors d'un événement

En tant qu'« event planner », *Snapchat* peut être bénéfique non seulement pour créer de l'enthousiasme pour vos événements à venir, mais aussi pour les diffuser en direct.

En effet, les milléniaux favorisent maintenant *Snapchat* en tant que média social et délaissent d'autres plateformes populaires comme *Facebook*. L'utilisation de ce média social est une porte d'entrée directe pour entamer une discussion avec ce bassin de la population qui est de plus en plus difficile à rejoindre par le biais des médias traditionnels. Avec plus de 301 millions d'utilisateurs actifs par jour, *Snapchat* n'est pas une application mobile à négliger !

Cette application permet la création d'une série de vidéos de quelques secondes, d'images, ou de « stories » – disponibles pour visionnement sur 24 heures – démontrant le progrès de la préparation de votre événement. *Snapchat* permet aussi la création de publicités pour vos événements.

Vous pouvez aussi créer des « Geofilters » à l'effigie de votre événement pour que vos invités partagent des moments de leur soirée en faisant vivre votre image de marque.

L'ÉVÉNEMENTIEL DANS TOUT ÇA !

Tendance : La « gamification » d'un événement

Une des tendances les plus importantes de 2017 a été le mouvement massif vers des événements de plus en plus axés sur l'expérience. Laisser ses délégués à eux-mêmes dans une salle de conférence ne se fait plus ! Il faut absolument créer une expérience participative et engageante dont ils se souviendront.

La « gamification » est le moyen idéal pour rendre vos événements plus intéressants et excitants et les technologies « iBeacons » proposent plusieurs nouvelles idées à explorer. Il est désormais simple et facile d'organiser diverses activités comme des chasses aux trésors permettant à vos invités de visiter différentes zones de votre événement, de collecter des points, des badges, des chances supplémentaires de gagner lors d'un tirage final, etc. Les possibilités sont infinies !

Tendance : Favoriser des événements durables

Les effets négatifs des pratiques non-durables sont venus nous hanter plus que jamais en 2017. En 2018, il sera primordial pour les entreprises de respecter leur responsabilité sociale durant leurs événements, notamment en abolissant les programmes imprimés. Il est temps de se réinventer et d'utiliser diverses applications mobiles pour pallier au matériel imprimé à courte durée de vie. S'il vous faut absolument imprimer certains éléments, il faut opter pour des matériaux recyclables, recyclés ou réutilisables.

La responsabilité sociale ne s'arrête pas à devenir écologique. Soutenez les entreprises locales en les utilisant comme fournisseurs pour vos événements afin de générer du travail et des revenus pour les habitants et à aider à mettre en valeur la saveur locale. Intégrez des activités caritatives dans le cadre de l'événement, et redonnez à la communauté locale de cette façon.

Tendance : Des sites uniques font des déclarations audacieuses et mémorables

En raison de l'incertitude économique, les clients veulent en obtenir encore plus pour leur argent que jamais auparavant. Par conséquent, les lieux qui dépassent les attentes afin d'offrir de nouvelles expériences excitantes connaîtront davantage de succès en 2018.

Le lieu lui-même devrait refléter la personnalité, les valeurs et les déclarations de l'événement dont il est l'hôte. Par exemple, une marque avant-gardiste ne doit pas utiliser un centre de congrès commun comme lieu d'événement.

Idéalement, le lieu choisi devrait épater immédiatement. On peut notamment penser à des endroits uniques comme des châteaux ou des musées, ou encore, lorsque la température le permet, des sites extérieurs reconnus pour leur charme unique.

Pour terminer, les tendances qui se dessinent ont pour la majorité un point commun important. Elles encouragent toutes la création de formats d'événements originaux et uniques, ayant pour but de rejeter les normes traditionnelles. Pour les années à venir, on prône des périodes d'apprentissage actives, des sessions de réseautage dynamiques et participatives. Bref, des événements taillés sur mesure par rapport aux besoins réels de ses participants !

L'ÉVÉNEMENTIEL DANS TOUT ÇA !

5 priorités sont retenir selon Cwt :

- 1. Focus sur le « pourquoi » ?** – Fixez des objectifs initiaux clairs qui serviront à définir votre budget. Insistez sur l'engagement des participants et mesurez les performances.
- 2. Budget** – Commencez toujours par évaluer le budget prévisionnel de l'événement. Il est impératif que le ROI soit évident pour tous afin de maintenir le niveau des investissements et de garantir la réussite des réunions.
- 3. Expérience du participant** – Simplifiez autant que possible l'ensemble du processus.
- 4. Technologie** – Utilisez la technologie pour faciliter les échanges et créer des expériences conviviales personnalisées.
- 5. Sécurité** – Lors de la planification, tenez compte du niveau de risque dans chaque situation pour garantir la sécurité physique et informatique, sans perturber les participants.

Selon les données de Cvent, les 10 premières destinations pour les réunions et événements dans la zone EMEA seront :

- 1. Londres, Royaume-Uni**
- 2. Barcelone, Espagne**
- 3. Berlin, Allemagne**
- 4. Amsterdam, Pays-Bas**
- 5. Paris, France**
- 6. Madrid, Espagne**
- 7. Francfort, Allemagne**
- 8. Rome, Italie**
- 9. Munich, Allemagne**
- 10. Prague, République Tchèque**

L'ÉVÉNEMENTIEL DANS TOUT ÇA !

D'après les données de réservation de CWT, les 10 premières destinations pour les réunions et événements en Amérique du Nord seront :

1. New York, USA
2. Toronto, Canada
3. Cupertino/San Jose, USA
4. Chicago, USA
5. Indianapolis, USA
6. San Francisco, USA
7. Austin, USA
8. Houston, USA
9. Orlando, USA
10. Las Vegas, USA

D'après les données de réservation de CWT, les 5* premières destinations pour les réunions et événements en Amérique latine seront :

1. São Paulo, Brazil
2. Rio de Janeiro, Brazil
3. Mexico City, Mexico
4. Bogota, Colombia
5. Buenos Aires, Argentina

Selon les données de Cvent, les 10 principales destinations pour les réunions et événements dans la zone Asie-Pacifique en 2017 sont :

1. Singapour
2. Sydney, Australie
3. Bangkok, Thaïlande
4. Kuala Lumpur, Malaisie
5. Hong Kong
6. Shanghai, Chine
7. Melbourne, Australie
8. Tokyo, Japon
9. Mumbai, Inde
10. Séoul, Corée du Sud

L'ÉVÉNEMENTIEL DANS TOUT ÇA !

POUR RÉSUMÉ ...

Quelques tendances du moment dans la demande MICE

- **Activité en dents de scie encore confirmée**, sans prévisibilité et sans visibilité
- **Baisse des dépenses** des entreprises dans les MICE en 2016
- Maintien des **manifestations courtes** et hausse des journées d'études
- On réunit **moins de participants** par manifestation
- **Réduction** des distances / temps de **transport**
- Suppression importante des **activités périphériques**, et ce depuis 2010
- Les **hôtels** sont nettement moins demandés depuis 4 ans
- Les entreprises recherchent assez souvent des **lieux originaux**
- **Internet** est — sans surprise — le principal outil de recherche de lieux de réunions
- Les **réseaux sociaux** ne sont pas utilisés pour la recherche de prestataires
- Près de 9 participants sur 10 sont **enthousiastes** à partir en séminaire / convention
- 95 % des entreprises ont une politique ou simple **charte de voyages**, incluant les MICE
- **Forte utilisation de salles dans les entreprises**, au détriment des prestataires MICE



A noter que la dynamique depuis Octobre 2017 se confirme avec l'envie de créer de l'évènement durable et de proximité 😊.

L'entreprise dans tout ça !



L'ENTREPRISE DANS TOUT ÇA !

L'ÉVÉNEMENTIEL : UN ÉLÉMENT INCONTOURNABLE DE VOTRE STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Par essence, l'événementiel est une technique de communication qui repose sur l'organisation d'événements en entreprise. Parfois négligée par manque de temps, par méconnaissance de ses finalités ou tout simplement par manque de budget, l'organisation d'événements en BtoB est pourtant capitale pour votre stratégie d'entreprise. Focus sur les tenants et les aboutissants de l'événementiel d'entreprise.

➔ Organiser un événement d'entreprise, c'est anticiper !

Afin que votre événement d'entreprise soit une réussite, il est capital de définir en amont votre cible ainsi que vos objectifs. Le respect d'un rétro planning et une communication adaptée participent également à millimétrer le plus justement possible votre événementiel pour faire de cet instant un moment convivial et inoubliable pour l'ensemble de vos invités.

➔ Événementiel externe VS événementiel interne : quelles différences ?

En entreprise, l'événementiel peut avoir différentes finalités en fonction des besoins que vous estimez nécessaires. Pour envisager d'une manière globale les bénéfices de l'organisation d'événements d'entreprise, il convient d'opérer une distinction entre événementiel externe et interne.

➔ L'événementiel externe

S'adressant par définition à un public dit « externe » (clients et prospects, partenaires commerciaux, journalistes, ...), l'événementiel externe est essentiel pour votre entreprise. Celui-ci permet en effet de répondre à différents besoins : se faire connaître, augmenter et développer son portefeuille clients, se créer un réseau, échanger avec ses partenaires, véhiculer une bonne image de l'entreprise...

➔ L'événementiel interne

Bien que s'adressant à une cible différente et purement interne à votre entreprise (salariés, comité de direction, conseil d'administration...), l'événementiel interne répond à des besoins différents mais tout aussi importants pour son bon fonctionnement : créer du lien, renforcer l'esprit d'équipe, former vos salariés, développer l'appartenance à l'entreprise, les remercier pour leur implication...

Vous l'aurez compris, en externe comme en interne, l'événementiel participe à véhiculer une bonne image de votre entreprise, créer du lien et favoriser l'implication !

L'ENTREPRISE DANS TOUT ÇA !

→ Les différents types d'événements d'entreprises (quelques exemples)

Conférence :

Rassemblement autour d'un thème central à destination d'un public ciblé (ex : journalistes, prospects, communauté métiers...)

Petit-déjeuner d'entreprise :

Événement regroupant l'ensemble des membres d'une entreprise (force de vente, administration...) autour d'un thème donné afin de faire passer des messages stratégiques.

Roadshow :

Egalement appelé « tournée promotionnelle », le roadshow consiste en une succession de présentations commerciales dans plusieurs villes. A titre d'exemple, il est possible de citer le lancement de produits.

Salon professionnel :

Événement regroupant sur un même lieu et avec une même thématique des professionnels d'un même secteur économique. L'objectif final étant de développer une activité.

Séminaire :

Rassemble tout ou en partie les collaborateurs d'une entreprise afin de réfléchir ensemble aux nouvelles orientations, de dresser le bilan annuel et de renforcer la communication entre les équipes. Faire passer des messages !

Soirée d'entreprise :

Organiser une soirée d'entreprise est l'occasion de partager un moment de détente avec l'ensemble de vos collaborateurs, clients, prospects, fournisseurs ou partenaires tout en véhiculant une image positive de votre société.

Team building :

Événement destiné à mobiliser les membres d'une équipe de travail ou l'ensemble des collaborateurs autour de challenges permettant de développer des valeurs collectives, de la cohésion et de l'implication. Le Team building est souvent ponctué d'activités sportives, culturelles, artistiques ou créatives.

Réunion :

Moment donné dans une journée réunissant différentes personnes en interne comme en externe autour d'une thématique clé.

Week-end Vip & Voyage de récompense :

Événement sur deux jours minimum destiné à remercier pour leur implication ou leurs bons résultats par exemple.

....



L'ENTREPRISE DANS TOUT ÇA !

LES BÉNÉFICES DE L'ÉVÉNEMENTIEL EN ENTREPRISE ... EN INTERNE

Parfois délaissé par manque de temps, d'idées ou de budget, l'**évènementiel** au sein des entreprises et des institutionnels n'en reste pas moins un élément déterminant et véritablement stratégique.

Pour ce faire, il faut que l'**organisation** de votre **évènement** soit pertinente, précise et adaptée en fonction de vos objectifs et du public auquel il est destiné, interne ou externe.

Nous constatons depuis 2017, une volonté des entreprises et des institutionnels, à remettre l'évènementiel, de toute forme soit-il au cœur de leurs organisations, leurs équipes, en somme leur stratégie ... c'est bénéfique évidemment !

➔ Humaniser les relations du quotidien

A l'heure où de plus en plus d'entreprises communiquent par e-mail et autres réseaux, il est nécessaire que les collaborateurs puissent se poser, se retrouver et échanger afin de développer une dynamique de cohésion, de travail d'équipe et tout simplement d'apprendre à se connaître pour plus de plaisir et d'efficacité.

Quelques exemples :

- Pourquoi ne pas « sortir » de votre cadre habituel, et organiser un déjeuner, dîner ou même un brunch (très tendance et apprécié) avec vos collaborateurs pour un **temps d'échange**, plus détendu, plus convivial. Choisissez un lieu insolite, tendance ou gastronomique pour faire plaisir.
- Prenez le temps d'une journée de séminaire pour **créer du lien** différemment avec vos collaborateurs, dans un lieu atypique, comme un **espace vintage de coworking** ou un « **rooftop** » pour les surprendre et favoriser l'échange !
- Vous souhaitez donner plus de sens à vos actions de management, dans le cadre d'un voyage incentive? Pourquoi ne pas emmener vos collaborateurs dans une **action solidaire** à l'étranger pour apprendre à mieux se connaître, tout en vivant ensemble une aventure riche de sens et engagée ?
- Vous souhaitez « faire bouger les lignes » dans votre entreprise ou votre équipe ? Embarquez tous ensemble sur un catamaran, pour vivre une **aventure humaine en équipe** ! Le plus : faites-vous accompagner d'un coach dans un esprit « bas les masques ».

L'ENTREPRISE DANS TOUT ÇA !

➔ Motiver les collaborateurs

L'évènementiel d'entreprise apporte une réelle source de motivation pour les collaborateurs. Exemple, lors d'une journée en équipe, proposer une activité de teambuilding où vos collaborateurs pourront se challenger, se découvrir et vivre une expérience unique est très souvent appréciée ... il y en a tellement d'autres !

Quelques exemples :

- Pourquoi ne pas organiser une ½ journée « **teambuilding** » autour d'une épreuve ludique de construction de courses de chars ou karts en carton ? Si vos collaborateurs aiment le challenge dans un esprit de « jeu en équipe », alors c'est la réussite assurée !
- Et si vous simuliez un « **kidnapping** » lors d'une réunion importante ? Ce moment inattendu sera pour tous le début d'une véritable course contre la montre, pour démêler une **enquête policière** au cœur de votre entreprise !
- Participez ensemble à un **évènement sportif et/ou solidaire** pour développer l'esprit d'équipe et la motivation ensemble. Dans la préparation, comme le jour J, vous découvrirez sans doute vos collaborateurs ou équipiers sous un autre jour !
- Et pourquoi ne pas organiser la « **journée des talents** » au sein de votre entreprise ? Vous seriez surpris des talents cachés de vos collaborateurs. Encadré par un Directeur Artistique en charge de la mise en scène, cet évènement marquera les esprits pour longtemps et vous donnera l'occasion de mettre en lumière les talents cachés de vos collaborateurs !
- Pour vous différencier, pensez aux **activités innovantes** ou tendances, inspirées notamment des **émissions de TV** ! « Décor penché » en animation pour une soirée, Escape Game pour une fin d'après-midi, challenge survivor pour un après-midi, voire un week-end en mode « survie »... ! En mode « surprise » c'est encore mieux !

L'ENTREPRISE DANS TOUT ÇA !

➔ Valorisation des collaborateurs

En interne, proposer l'évènement qui va donner un impact immédiat dans la valorisation du collaborateur, à travers ses réussites et son implication est véritablement attendu de tous. Un salarié, cadre ou non cadre, commercial ou production, a besoin de se sentir apprécié et reconnu dans l'entreprise. Tout est possible avec des budgets maîtrisés, avec un impact que nous ne soupçonnons même pas !

Quelques exemples :

- Quel collaborateur n'a jamais rêvé, d'une récompense collective, dans une **grande capitale européenne** ou au soleil, pour vivre ensemble des moments festifs, de découverte et de détente ? Ces instants partagés constitueront le « ciment » d'un management récompensé par le plaisir.
- Récompensez vos équipes en leur faisant partager une aventure unique en mer. Louez un **catamaran pour la journée**, en mode « déconnecté ». Plongée, barbecue et apéritif au coucher de soleil...un pur moment de plaisir partagé !
- N'oubliez pas que la plupart de vos collaborateurs partagent leur vie avec un conjoint. Pourquoi ne pas leur offrir « **un instant privilégié** » à **partager à 2** ?



L'ENTREPRISE DANS TOUT ÇA !

LES BÉNÉFICES DE L'ÉVÉNEMENTIEL EN ENTREPRISE ... EN EXTERNE

La communication événementielle s'étend également auprès d'une « cible » externe qui fait partie évidemment de l'écosystème d'une entreprise. La sphère externe comprend : clients – fournisseurs – partenaires – média – réseaux – institutionnels ...

Aussi important que pour tous les collaborateurs de l'entreprise, ne les oubliez pas car, ils sont acteurs du développement, directs et indirects, de l'entreprise.

➔ Vous faire connaître

L'organisation événements professionnels thématiques, permet de vous faire connaître et de développer votre réseau professionnel, votre notoriété. L'image véhiculée de votre structure est déterminante pour asseoir son positionnement et son développement. Etre connu et reconnu ... le graal !

Quelques exemples :

- Organisez un soirée « thématique » en tant qu'expert, sur un sujet d'actualité qui attisera la curiosité du public que vous ciblez. Le plus : invitez une « **tête d'affiche** » ou un « **influenceur** » pour vous assurer une salle comble !
- Organisez un événement pour la presse, les médias, pour faire découvrir sous un autre jour votre entreprise : **innovation management, approche développement durable**. Ouvrez les portes de votre entreprise, comme vous le feriez « **à la maison** » lors d'une journée ou soirée spéciale pour le plus grand plaisir et la curiosité de vos clients et partenaires, toujours à la recherche de relations humaines. Un booster pour votre notoriété !

L'ENTREPRISE DANS TOUT ÇA !

➔ Fidéliser vos clients

Pour toutes les entreprises, tous les professionnels, fidéliser sa clientèle est un enjeu majeur et stratégique. Il est plus facile et moins onéreux de développer sa clientèle que de chercher de nouveaux clients ... L'ensemble des moyens commerciaux mis en place sont essentiels à cette fidélisation. L'évènementiel, à travers des actions et des événements pertinents, peut également y contribuer !

Quelques exemples :

- Faîtes vivre à vos clients des **instants d'exception** que ce soit à travers un voyage dans un décor de rêve, ou une expérience insolite proche de chez vous. Ces instants marqueront à jamais leur mémoire et permettront de garder un lien durable avec eux.
- Quel passionné de sport ou d'art, n'a jamais rêvé de participer à un **évènement sportif ou culturel d'exception**, inaccessible ? Faîtes plaisir à vos meilleurs clients et partenaires en les invitant en VIP, à une Coupe de Monde de Football, des Jeux Olympiques ou un concert mythique au Stade de France.
- Vos clients aiment les sensations fortes ? Proposez-leur des **expériences à sensation** : simulateur de vol, simulateur de chute libre, saut en parachute, Jet Ski....

➔ Créer un réseau

L'évènementiel d'entreprise est l'occasion parfaite pour créer et développer votre réseau d'affaires de manière qualitative. Il est important de garder en tête qu'un réseau qualitatif sera perçu comme incontournable si et seulement si, le fond et la forme y sont proposés !

Quelques exemples :

- Proposez à vos clients des instants d'échange et de rencontres pour élargir leur réseau, à l'occasion de **networking** dont vous serez l'initiateur. Ils ne seront que plus reconnaissants !
- Le Salon professionnel, reste encore aujourd'hui, **un lieu d'échange et de nouvelles rencontres**, qui permet également d'entretenir son réseau, voire de l'élargir. Sur des formats réduits ou avec des partenaires, ciblez les salons qui correspondent le mieux à vos attentes.
- Les clients apprécient de plus en plus les relations de proximité. Pourquoi ne pas organiser un **roadshow** dans plusieurs villes, pour aller à leur rencontre et recréer l'échange, dans leur région avec un format convivial et agréable.

L'ENTREPRISE DANS TOUT ÇA !

ETRE ORGANISATEUR / ORGANISATRICE D'ÉVÈNEMENT

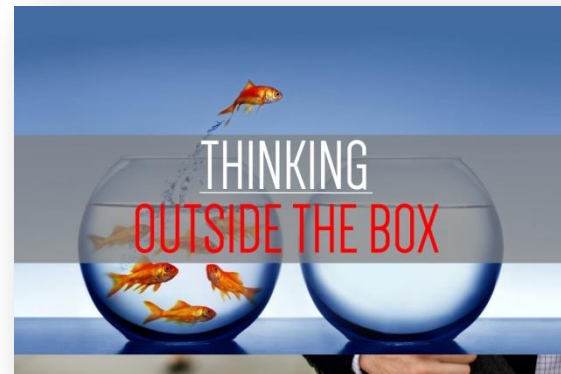
➔ L'organisateur d'événementiel

est comme un chef d'orchestre sachant jouer de tous les instruments. Lors de l'organisation de son événement, il définit son budget, son contexte et ses objectifs, prépare son cahier des charges, choisit ses prestataires, anticipe les moindres détails ...

➔ Les qualités d'un organisateur d'événements

L'organisateur d'événement doit être polyvalent : il doit en effet animer, accompagner, conseiller au quotidien ... Il doit également faire preuve de polyvalence et de patience, avoir une certaine souplesse d'esprit. Mais bien d'autres qualités lui sont demandées :

- **Créativité & originalité** : C'est un métier où l'idée compte. L'organisateur d'événementiel doit faire preuve de créativité et d'originalité dans ses propositions, pour retenir l'attention de son client et pour marquer les esprits lors de l'événement.
- **Réactivité & autonomie** : Sang-froid pour la gestion des derniers détails, résistance au stress et fairplay, autant de qualités essentielles à un bon organisateur d'événement.
- **Qualités relationnelles & rédactionnelles** : Il doit savoir échanger, composer et « travailler avec » des personnes de son milieu professionnel mais pas seulement ! Un bon relationnel est indispensable. De solides qualités rédactionnelles sont aussi essentielles car il est responsable de la communication autour de l'événement.
- **Rigueur & sens du détail** : Zéro défaut ! L'image de l'entreprise dépend du rendu de l'événement. Il faut donc être rigoureux et ne laisser passer aucun détail. De plus, il faut avoir le sens des priorités et savoir optimiser son temps et ses actions.



L'ENTREPRISE DANS TOUT ÇA !

➔ Le rôle d'un organisateur d'événements

Son rôle principal est d'organiser des événements en B to B ou en B to C permettant aux entreprises des échanges commerciaux, des recherches de partenaires et de créer du lien avec ses collaborateurs. Il faut tout à la fois gérer l'organisation, promouvoir l'événement, gérer les invitations, les cocktails, les repas, l'hébergement, gérer la réservation de salles de réunions, organiser des conférences. Un tel Chef de projet événementiel peut aussi participer aux projets de communication interne de l'entreprise en organisant des concours commerciaux internes, des voyages de motivation, des soirées d'entreprise ... un vrai chef d'orchestre capable de s'adapter à tous public, internes ou externes à l'entreprise. !

L'organisateur d'événements a pour rôle également de gérer la mise en œuvre de l'événement, depuis la recherche des idées de lieux, activités, animations... qui feront de l'événement à venir une réussite, jusqu'à l'organisation du planning des interventions et des prestataires le jour J, le tout en fonction d'un budget déterminé à l'avance.

➔ Les objectifs d'un organisateur d'événements

Son premier objectif est de trouver la ou les idées inédites originales et/ou atypiques qui seront représentatives de l'objectif de la manifestation. Le déroulé de l'événement sera en effet bien différent pour une réunion de travail ou pour une soirée de récompense ou encore pour une Convention annuelle d'entreprise.

Une fois l'idée générale ou la thématique définie, le chef de projet événementiel a pour mission de trouver tous les prestataires de services adaptés, qui sauront répondre au cahier des charges défini.

➔ Quelques types d'événements « corporate »

« Séminaire équipe commerciale – Convention stratégique d'entreprise – Soirée de lancement – Convention commerciale – Journée teambuilding – Journée rencontres commerciales – Petit déjeuner Clients – Voyage de récompense – Voyage clients VIP – Soirée d'entreprise – Road Show – Kick Off – Journée portes ouvertes – Réunion du comité de direction – Journée Incentive – Inauguration d'entreprise – Assemblée générale – Visite professionnelle d'entreprise – Colloque & Congrès d'entreprise – Week-end Challenge - ... »



L'organisation dans tout ça !

L'ORGANISATION DANS TOUT ÇA !

LES 10 RÈGLES D'OR DE L'ORGANISATION D'UN ÉVÉNEMENT PROFESSIONNEL

Organiser un événement professionnel peut s'apparenter à un jeu d'enfants pour certains puis à un véritable casse-tête chinois pour d'autres.

Pour vous aider dans la création de votre événement (séminaire, week-end récompense, salon, journée de formation, teambuilding...) nous vous avons préparé une liste de 10 règles d'or. Celles-ci sont les clés d'un événement d'entreprise réussi.

➔ Définir en amont et avec le plus de précisions possibles votre projet

Il existe de nombreux événements professionnels (séminaire, voyage incentive, teambuilding, week-end de récompense...). Avant de commencer à créer votre projet bille en tête, il est nécessaire d'organiser une réunion avec votre hiérarchie afin de délimiter le cadre de votre événement :

Quel public ? Interne ou externe ?

Quel budget ?

A quelle(s) date(s) ?

Quels sont les messages à véhiculer ? Quel programme dans les grandes lignes ?

...

Vous aurez une vision claire de votre événement et prêt à élaborer le brief général de celui-ci.



➔ Commencer à créer votre événement étape par étape

Après avoir établi un brief général, vous êtes normalement en mesure de créer votre événement étape par étape tout en ayant une vision claire de vos différents besoins en termes de location de salle, de restauration, d'animation....

Exemple : Si vous organisez un séminaire d'entreprise sur une journée, vous pourriez avoir besoin :

De louer une salle avec ou sans équipements

De faire appel à un traiteur pour le café d'accueil, le déjeuner, et pourquoi pas le dîner

De prévoir une activité, une animation

De prévoir des goodies ou autres cadeaux ...

L'ORGANISATION DANS TOUT ÇA !

→ Consulter des prestataires

Une fois votre programme établi dans les moindres détails, vous pouvez rechercher, si besoin, des prestataires et leur envoyer vos demandes de devis.

Grâce au brief général définit en amont, vous serez à même d'intégrer le plus de détails possibles dans cette demande, à savoir le nombre de personnes, le budget, le type d'animation que vous souhaitez...

Exemple : Si vous organisez en interne un repas d'entreprise de fin d'année dans un restaurant, le fait de connaître avec précision la date de votre événement, votre budget et le nombre de personnes conviées permettra au restaurateur d'établir un devis le plus juste possible et de poser une option quant à vos dates.

→ Choisir les prestataires les plus en adéquation avec vos besoins

Si vous faites le choix de consulter des prestataires, prenez le temps d'échanger avec eux sur leurs prestations. Cela vous permettra déjà de tisser les liens nécessaires au bon déroulement de votre événement professionnel puis d'évaluer l'adéquation des prestations proposées avec vos besoins réels.

→ Elaborer une checklist

Par essence, une checklist est un document vous permettant de ne rien oublier avant, pendant et après votre événement. Vous pouvez très bien la remplir au fur et à mesure de la création de votre projet. Ne négligez surtout pas la checklist : alliée à un système d'alerte, celle-ci est gage de sécurité en matière de création d'événements professionnels.

Exemple : Si vous choisissez d'organiser un voyage incentive, intégrez à votre checklist un rappel quant aux délais nécessaires pour réaliser les papiers nécessaires pour tout voyage à l'étranger (réédition d'une carte d'identité, création d'un passeport, vaccin). La checklist vous rappellera de relancer vos participants quant aux documents nécessaires pour tout déplacement hors de France.

L'ORGANISATION DANS TOUT ÇA !

➔ Envoyer vos invitations au minimum trois semaines à l'avance (avec une relance une semaine avant)

L'envoi des invitations est une étape incontournable de la création d'un événement professionnel et doit impérativement faire partie de votre checklist. Cette étape se réalise au minimum 3 semaines à l'avance afin de laisser le temps à vos participants de se positionner et de s'organiser.

Attention : Pour un voyage incentive, l'envoi des invitations devra intervenir plusieurs mois avant la date de l'événement de sorte à réaliser les papiers nécessaires à toute sortie du territoire puis tout simplement pour vous laisser le temps de réserver vos vols à des prix préférentiels.

➔ Si possible, repérer les lieux la veille de votre événement et tester les équipements

Cette étape vaut principalement pour les événements professionnels se déroulant en France métropolitaine.

Prenons l'exemple d'une journée teambuilding. Si vous avez réservé une salle avec du matériel (micros, vidéoprojecteurs...), prenez le temps la veille de repérer les lieux afin de déterminer si l'agencement vous convient et si le matériel fonctionne. Cela vous évitera de mauvaises surprises le jour J.

➔ Réaliser des enquêtes de satisfaction auprès de vos participants

Une fois votre propre évaluation réalisée, il convient de consulter vos participants sur leur ressenti. Cette consultation s'opère par le biais d'un questionnaire en pièce-jointe sous format Word ou mieux encore via des outils dédiés en ligne tels que Google Forms.

Comme pour votre évaluation personnelle, le fait de consulter vos participants post événement vous permettra de pointer les points forts et les points faibles de votre événement professionnel.

L'ORGANISATION DANS TOUT ÇA !

➔ Procéder à l'évaluation de votre événement et de vos prestataires

Votre événement est terminé, il est maintenant temps de procéder à l'évaluation de celui-ci ainsi que des prestataires qui vous ont accompagnés.

Cette évaluation vous permet de repérer en amont et par vous-même les points forts et les points faibles de votre événements ainsi que de statuer sur la qualité des différentes prestations.

Pourquoi cette étape est-elle incontournable ? Dans une démarche qualité et une perspective d'amélioration continue, cette évaluation pour permettra d'un côté de pointer les éléments à améliorer puis de vous constituer un réseau si les prestataires consultés vous ont donné entière satisfaction.

➔ Réaliser l'analyse de votre événement

Une fois les différentes évaluations passées, vous aurez toutes les clés en main pour analyser votre événement aussi bien en termes de déroulé que de retombées.

Pour une conférence professionnelle par exemple, vous pourrez statuer sur sa portée ainsi que sur ses bénéfices pour votre entreprise.

Derniers conseils :

Laissez libre cours à votre créativité pour mettre sur pied un événement professionnel original mais juste dans le ton afin de faire de celui-ci un moment mémorable pour votre participants.

Commencez à vous projeter sur votre prochain événement de manière collaborative en impliquant l'ensemble de vos collaborateurs.



Vous souhaitez l'Observatoire dans son intégralité



Commandez et réglez directement en ligne

[Obervatoire 2018](#)

Vous recevrez votre lien de téléchargement

Rejoignez notre inspiration ... Le 3 en 1 de l'évènementiel !



Agence Evènementiel Corporate
inspiration & organisation



HELPEVENT

so easy & friendly



myLodgeEvent.com

+33(0)2 23 25 04 80

www.lodge-attitude.com www.helpevent.fr www.mylodgeevent.com