

Christophe Pascal

**LA COMMUNICATION
ÉVÉNEMENTIELLE**

DUNOD



© Dunod, 2017
11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff
www.dunod.com

ISBN 978-2-10-076030-5

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2^o et 3^o a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Sommaire

Introduction	9
---------------------	----------

CHAPITRE 1

La planète événementielle

I Histoire de l'événementiel	11
1. L'événementiel d'hier et d'aujourd'hui	11
2. La culture événementielle	12
II Le marché de l'événementiel	14
1. Le marché	14
2. Les organismes représentant l'événementiel	15
3. Les agences événementielles	17
4. L'évolution du marché	18
5. Le digital dans l'événementiel	20

CHAPITRE 2

Qu'est-ce qu'un événement ?

I Stratégie événementielle	23
1. Pourquoi fait-on un événement ?	23
2. Le concept événementiel	23
3. L'équation événementielle parfaite	25
4. Un produit de communication marketé	26
II Formats événementiels	27
1. Convention	27
2. Soirée	30
3. Présentation produit(s)	32

4. Événement grand public	34
5. Autres formats	36
6. Événementiel sportif	38
7. Luxe et événementiel	39
III Les publics	41
1. Public interne	41
2. Public externe – Journalistes, blogueurs, leaders d'opinion	41
3. Public externe – Grand public	42

CHAPITRE 3

Concevoir un événement

I Le brief	43
1. Décryptage d'un brief client	43
2. Toutes les questions à se poser	45
3. Trouver la bonne réponse événementielle	45
II Le rough	47
1. L'utilité du rough	47
2. Les différents types de roughs	47
3. Travailler avec un roughman	49
4. Planche tendance et identité visuelle	50
III La recommandation	50
1. La reco parfaite	50
2. Le wording événementiel	52
3. La présentation d'un projet événementiel	54

CHAPITRE 4

Produire un événement

I	Mode d'emploi d'un événement	55
	1. Les étapes pour produire un événement	55
	2. Les process et les techniques de fabrication	57
	3. Les coûts d'un événement	58
	4. Budgéter un événement	61
II	Organisation d'un événement	63
	1. La logistique	63
	2. Le planning	64
	3. La régie	66
	4. Le plan d'implantation	67
	5. La feuille de route	68
	6. Le déroulé et le conducteur	69
III	Les lieux	70
	1. Pourquoi choisir ce lieu et non un autre ?	70
	2. Les lieux événementiels « classiques »	72
	3. Les lieux privés et atypiques	73
	4. Les lieux historiques	76
	5. Privatiser un lieu	77
IV	Le réceptif	78
	1. Traiteurs et chefs	78
	2. La gastronomie	80
	3. Les arts de la table	82
	4. La déco florale	83

CHAPITRE 5

La scénographie événementielle

I	La création d'un univers	85
	1. La déco/le mobilier	85
	2. La production multimédia (bande-son, films)	87
	3. Les techniques événementielles	89
	4. La multisensorialité	93
II	Les animations	94
	1. Le reveal	94
	2. Les animations	95
	3. La scénarisation des animations	97

CHAPITRE 6

Les acteurs de l'événementiel

I	Les métiers	101
	1. Les métiers de la production	101
	2. Les métiers de la création	103
II	Les prestataires	104
	1. Les typologies de prestataires	104
	2. Avec quel(s) prestataire(s) travailler ?	105
III	Les personnalités	107
	1. Les conférenciers et les animateurs	107
	2. Les performances d'artistes	109
	3. Les people	110

CHAPITRE 7

L'événementiel 2.0

I	Culture et tendances	113
	1. La culture à 360 degrés	113
	2. La culture générale artistique comme source d'inspiration	114
	3. Les tendances	115
II	Brand content événementiel	116
	1. Qu'est-ce que le brand content événementiel ?	116
	2. Les qualités d'un projet de brand content événementiel	118
III	Nouveaux types d'événements	120
	1. Des événements d'un nouveau genre	120
	2. Que seront les événements du futur ?	122
	Index des notions	123
	Index des noms propres	125

Introduction

Entre mythe et réalité, l'événementiel est un domaine qui fascine mais reste encore inconnu pour la plupart des individus. Il véhicule beaucoup d'idées reçues, souvent fausses pour la plupart. Faire de l'événementiel serait facile et « fun ». Presque tout le monde serait ainsi capable d'organiser un événement. Mais de quel type d'événement parle-t-on ? D'une petite fête avec quelques ballons et coupes de champagne ou d'une mise en scène aux couleurs d'un groupe du CAC 40, destinée à marquer les esprits pour des milliers de personnes, intégrant une centaine d'artistes et des nouvelles technologies ? Dans le monde de la communication d'aujourd'hui, un projet événementiel exige de la stratégie, de la créativité et une connaissance des tendances dans de nombreux domaines (la gastronomie, la décoration, les nouvelles technologies, etc.), une organisation quasi militaire, une expertise budgétaire soignée et l'utilisation du digital.

Si l'on demande à un individu quels sont les cinq métiers les plus stressants de la planète, il pourra facilement citer les militaires, les pompiers, les pilotes de ligne et les policiers. Il sera plus difficile de deviner que l'événementiel remporte la 5^e place. C'est pourtant le cas, comme l'indique le grand magazine économique américain *Forbes*, dans une étude parue en 2016 : l'activité d'agence événementielle serait le 5^e métier le plus stressant au monde sur les 200 métiers analysés sur des paramètres liés au stress, par un groupe de psychologues, de médecins et autres experts. Quelles en sont les raisons ? La dimension importante d'impondérables générés par un événement, la pression extrême des commanditaires soumis à de forts enjeux, les amplitudes horaires importantes, les changements constants et de dernière minute, les délais de fabrication qui se réduisent au fur et à mesure des années.

Encore une fausse idée : l'événementiel serait un secteur plus bouché que d'autres. Certes, le domaine se veut très concurrentiel, mais l'événementiel ouvre sur un grand nombre de métiers menant vers la

production culturelle et le spectacle vivant, élargissant ainsi les possibilités d'embauche. L'événementiel continue d'attirer de très nombreux jeunes actifs dont les inscriptions dans des écoles ne cessent d'augmenter d'année en année, le domaine ayant sa part de rêve et de fantasme, sa promesse de sensibilité et d'adrénaline. Certes, l'événementiel reste un secteur difficile et chronophage pour tous ses acteurs mais il se veut passionnant: il garantit une grande diversité de missions et de projets séduisants, il offre une foultitude de métiers touchant presque tous les domaines de la société, il est par définition moderne car s'adaptant constamment à l'évolution de la société.

Cet ouvrage apporte les connaissances indispensables sur le sujet. Qu'est-ce que l'événementiel aujourd'hui? Comment a-t-il évolué? Comment concevoir, organiser et budgéter tout type d'événement? Il délivre les contours de l'événementiel dans sa version actuelle, à savoir dans un monde pleinement digitalisé, mais aussi l'événementiel de demain avec ses nouveaux formats et le brand content événementiel.