

Tribune – Eventmaker

Quand le digital vole au secours de l'Événementiel

Profondément affecté par cette crise sanitaire sans précédent, le secteur événementiel devra se tourner vers des alternatives pragmatiques, innovantes et digitales. Une question de survie, à l'heure où les reports et annulations l'ont déjà amputé de 15 milliards d'euros.

Crise du Covid-19 : un challenge sans précédent pour l'évènementiel

Selon une enquête de la PCMA, depuis le mois de mars, les annulations ont explosé dans le secteur de l'évènementiel. 87% des professionnels ont dû y avoir recours et cela affecte tous les événements jusqu'au mois de juin. Concerts, festivals, salons... l'évènementiel annonce avoir perdu un quart de son chiffre d'affaires annuel en seulement 6 semaines, ce qui représente 4.500 événements annulés et 3.000 reportés. Et la crise n'épargne personne, même le géant de l'évènementiel GL événements, enregistre une baisse de 37,3%. Malgré le renforcement des aides annoncé par l'État, qui s'est engagé à garantir jusqu'à 300 milliards d'euros de prêts aux entreprises mises à mal par les conséquences de la pandémie de coronavirus, il semble aujourd'hui indispensable que les acteurs de l'évènementiel se réinventent pour survivre. Les experts sont formels, il faudra au minimum attendre 2021 pour que le secteur de l'évènementiel retrouve sa cadence d'antan. Maintenant que nous savons qu'il y a peu d'espoir de pouvoir se rassembler physiquement à court et moyen terme comme par le passé, il est temps de penser à des solutions innovantes pour rendre les événements à nouveau réalisables et continuer à avancer.

L'exemple chinois : projection sur l'avenir de l'évènementiel en France

La reprise de l'évènementiel ne peut pas se faire sans envisager une refonte totale de notre manière de travailler. La première étape est de vaincre la peur ambiante et de redonner aux gens l'envie de se rassembler. Pour cela, l'organisateur d'événements devra être capable de mettre en place des mesures d'hygiène et de santé extrêmement strictes : distributeurs de gel hydroalcoolique sans contact, lieux d'hygiène irréprochable, mise à disposition de masques et de gants pour le personnel, port du masque obligatoire pour les participants. Mais aussi un suivi des participants sur les événements : tout le monde devra être badgé et contrôlé afin de partager la liste de personnes présentes aux autorités et de prévenir des risques de contamination. Il faudrait également envisager des contrôles de température ou encore le partage de son statut sérologique et véhiculer des messages préventifs pour encourager les personnes symptomatiques à se déclarer au plus vite. Ces initiatives, déjà en vigueur en Chine, ont fait leurs preuves, mais la limite de la voie chinoise se situe au niveau des libertés individuelles et de la protection de la vie privée. En tant que français, serons-nous capables d'accepter autant de restrictions ? Pourtant, pour sortir de la crise ces mesures semblent aujourd'hui indispensables.

Le digital, la voie de la raison ?

Il existe également une autre alternative, les événements en ligne. Le confinement a bouleversé nos habitudes de travail et le télétravail est brutalement devenu une réalité pour des millions de salariés. Vidéo-conférence, partage d'écran, chat, groupes de discussions sont aujourd'hui devenus des normes professionnelles. L'adoption de ces outils a été rapide, car indispensable et a effacé les réticences préalables. Le digital se démocratise, il faut donc surfer sur cette opportunité. Comme le précise Skift dans son guide Pivot to Virtual sur Event Manager Blog,

pivoter vers des événements virtuels sera probablement la seule manière d'organiser des événements en 2020. Pour ailleurs, l'enseignement à tirer de cette crise est qu'il faudra désormais proposer des solutions alternatives aux clients en cas d'annulation. En 2021, il sera difficile de vendre un stand pour un salon sans alternative en ligne en cas de problème. Pour l'événementiel corporate, il sera aussi essentiel de maintenir les événements pour animer la vie d'entreprise, mais sur de nouveaux formats digitaux. Malgré le contexte peu favorable, il reste des opportunités pour ceux qui sauront se réinventer et lancer de nouveaux formats. Le gouvernement ne pourra pas remplacer tous les revenus perdus de 2020, la survie du secteur événementiel passera donc par de l'agilité ainsi que la création de nouveaux services.