

## #EVENEMENTIEL quels sont les formats de demain ?

Contexte sanitaire fragile, bouleversement des habitudes de consommation, irruption de nouveaux outils numériques dans nos quotidiens, affirmation de la notion de responsabilité environnementale, etc. : comment nos territoires, nos réseaux, et nos organismes se saisissent des enjeux de société pour faire évoluer leurs événements et opérations de promotion ou d'attractivité ?

3 webinaires d'une heure

3 thématiques

2 réseaux, plus de 200 adhérents

11 intervenants de nos réseaux

4 experts invités

1 ressource commune



La Maison de la Nouvelle-Aquitaine, c'est l'agence d'attractivité de notre région. Ses locaux parisiens sont le pied à terre des néo-aquitains, accueillent les entreprises et les associations dans des espaces de réunions et événementiels. Outil des territoires et des acteurs ou réseaux qu'elle rassemble, elle anime la mobilisation collective pour l'attraction des talents, développe le récit territorial, réunit les ambassadeurs. La Maison Nouvelle-Aquitaine fédère, renforce, fait rayonner les projets.

[www.nouvelle-aquitaine.paris](http://www.nouvelle-aquitaine.paris)  
Tel : 01 55 35 31 42  
[contact@nouvelle-aquitaine.paris](mailto:contact@nouvelle-aquitaine.paris)



La Mission des Offices de Tourisme Nouvelle-Aquitaine fédère le réseau des organismes locaux du tourisme. Elle rassemble offices de tourisme, agences et comités départementaux du tourisme, parcs naturels régionaux, collectivités, organisations territoriales œuvrant dans le tourisme et mène une mission de professionnalisation afin de stimuler les individus et les territoires pour les rendre compétents, novateurs, connectés, et fiers de leurs actions.

[www.monatourisme.fr](http://www.monatourisme.fr)  
Tel : 05 57 57 03 88  
[mona@monatourisme.fr](mailto:mona@monatourisme.fr)

# #ÉVÉNEMENTIEL

## Quels sont les formats de demain ?

### WEBINAIRES

**Continuer les grands salons ou agir dans la dentelle ?**  
Mercredi 11 janvier (12h-13h)

Penser et compenser  
un événement  
18 janvier (12h-13h)

Réinventer l'expérience  
événementielle  
25 janvier (12h-13h)

Les grands salons jouent-ils toujours leur rôle de mise en relation ? L'investissement, y compris financier, que suppose la participation à un salon, est-il récompensé par la qualité des contacts noués ? Le digital s'impose-t-il comme une alternative complète à l'échange humain en présentiel ? Entre les événements de grande ampleur, les dispositifs hybrides ou les rencontres en petit comité : quels formats choisir pour réussir son événement ?

**#attractivité #salon #événement #numérique #hybride #tendances**

#### 2 invitées expertes

#### 4 intervenant.e.s de nos réseaux d'adhérents



Marie Dehail,  
Chargée de  
communication et  
contenu pour  
l'Innovatoire  
Union Française des  
Métiers de  
l'Événementiel



Nathalie Durand-  
Deshayes  
Co-Présidente  
Union des Métiers de  
l'Événementiel en  
Nouvelle-Aquitaine  
Consultante fondatrice  
Origamy



Anthony Demel  
Directeur général  
adjoint  
Comité Régional du  
Tourisme de Nouvelle-  
Aquitaine



François Gaumet  
Directeur  
Périgord  
Développement



Charlotte Courty  
Chargée de projet  
Conciergerie Corrèze  
Accueil  
Département de la  
Corrèze



Antoine Chotard  
Responsable Marketing  
et Développement,  
Agence de  
Développement et  
Innovation Nouvelle-  
Aquitaine

(re)voir : <https://events.nouvelle-aquitaine.paris/evnementiel>

## **Marie Dehail, Chargée de mission contenu, L'Innovatoire - UNIMEV**

Propos introductifs sur les trois tendances de la filière événementielle : l'avenir des outils technologiques et numériques (avec l'essor de l'hybride et du métavers) ; les enjeux de la responsabilité sociale, sociétale et environnementale des organisateurs de grands événements (les JO 2024 vont être un cas d'étude) ; les enjeux marketing du réenchancement de l'expérience client avec un contenu qui crée le format et l'animation de communauté qui tend à s'imposer.

## **Nathalie Durand-Deshayes, Co-Présidente UMENA & consultante fondatrice Origamy**

Les salons doivent être aujourd'hui conçus comme un réseau social pour créer une continuité relationnelle pertinente avec le participant. Dans cette mouvance de proximité, il s'observe en Nouvelle-Aquitaine, un retour des salons nationaux vers l'échelle régionale, permettant ainsi de mieux révéler les ressources et initiatives qui n'avaient pas de visibilité au niveau national.

## **Antony Demel, Directeur général adjoint au CRTNA**

Le repositionnement stratégique du CRTNA sur le marché des salons se traduit par l'abandon des salons grand public dont le retour sur investissement s'affaiblit au fil des ans. L'essor d'internet a en effet changé les pratiques de réservation des voyages, à deux exceptions près sur les marchés B2C de l'hyperproximité (excursion et loisirs) et du discount (politique du prix de vente en dessous de la moyenne d'un marché très concurrentiel). Ce désengagement du créneau B2C s'effectue au profit des salons en B2B, hyperprofessionnalisés, pour toucher des acteurs de la distribution encore très compliqués à capter, tout en s'engageant dans une logique de participation rationalisée et plus responsable au regard de la société et de l'environnement, en résonance avec les mutations actuelles qui traversent le secteur.

## **Charlotte Courty, Chargée de projet Conciergerie Corrèze Accueil, Département de la Corrèze**

Dans les démarches d'attractivité territoriale, les grands salons restent incontournables pour apporter visibilité et notoriété. Les dispositifs dans la dentelle permettent quant à eux d'établir une relation de proximité avec les prospects en leur apportant des réponses concrètes, un accompagnement sur-mesure se transformant derrière en installation sur le territoire. Il existe donc une véritable complémentarité entre ces deux approches, pratiquées dans une logique d'expérimentation et de suivi très poussé des contacts.

## **François Gaumet, Directeur de Périgord Développement**

Animatrice de plusieurs réseaux de grandes entreprises du territoire ou d'amis du Périgord à Paris, l'agence d'attractivité limite désormais sa participation aux grands salons (dont les taux de transformation prospect/investisseur vont diminuant) au profit de ses propres dispositifs : en alliant des rencontres régulières et successives avec un accompagnement personnalisé, à des opérations de communication ciblées recourant à des médias spécialisés, les coûts d'investissement sont dès lors maîtrisés, le contact qualifié et le taux de transformation s'accroît.

## **Antoine Chotard, Responsable Marketing et Développement, ADI-NA**

Pour réinventer le format des grands salons d'affaires après deux années de pandémie, le salon des achats inversés *Néobusiness* s'est appuyé sur une double logique de digitalisation de l'événement via une plateforme permettant la continuité des contacts une fois l'événement passé (sous couvert d'animation de la communauté), et de mutualisation des forces vives en associant des organismes divers à l'organisation de l'événement principal et d'événements périphériques en découlant, les *mini-néobusiness*. En plus de faire se rencontrer les acteurs d'organismes divers dans un souci de « décloisonnement » des secteurs, cela permet de proposer un service complémentaire auprès des partenaires, mais aussi de mieux faire face aux sur-sollicitations des publics et à la volatilité des inscriptions.

(re)voir : <https://events.nouvelle-aquitaine.paris/evenementiel>

« Une autre tendance est de faire face à tous les enjeux énergétiques, les enjeux RSE d'une filière qui est considérée aujourd'hui comme éphémère [...] aujourd'hui je pense qu'on ne peut plus faire un événement sans y penser [...] c'est un énorme pan pour cette année 2023 » / « Aujourd'hui c'est le contenu qui crée l'événement plutôt que les nouveaux formats » / « L'animation de communauté est indispensable »

Marie Dehail, Chargée de mission contenu à l'Innovatoire de l'Unimev

« Le salon n'est plus aujourd'hui une place de marché comme ça a été le cas dans les années précédentes, ce n'est plus non plus un outil de mise en relation B2B comme B2C, pour que le salon soit pertinent, il faut qu'il soit d'abord vu comme un réseau social » / « Avoir ramené des salons sur les territoires permet de révéler les ressources et initiatives des territoires qui n'avaient pas de visibilité au niveau national »

Nathalie Durand-Deshayes, Co-Présidente UMENA & consultante fondatrice Origamy

« Nous faisons des salons pour capter de nouveaux prospects, pour maintenir le lien avec d'autres, nous menons aussi en parallèle des actions plus spécifiques : des petits workshops en Nouvelle-Aquitaine, des accueils en région... Tout cela s'inscrit dans un écosystème où toutes les facettes sont complémentaires » / « Pour nous, il est encore essentiel de pouvoir être sur des grands rendez-vous, pour toucher certains membres de la distribution qui seraient par ailleurs très difficiles à capter. Nous sommes sur un secteur hyper concurrentiel donc nous continuerons ces salons B2B, en privilégiant les salons hyper professionnalisés » « Aujourd'hui, on ne peut plus faire un salon si on n'y met pas les moyens et qu'on ne le pense pas différemment, c'est nécessairement plus impactant pour l'environnement que de faire des micro actions »

Antony Demel, Directeur général adjoint au CRTNA

« Il faut savoir s'engager sur des événements sur lesquels on a la capacité de faire un suivi, de revenir vers les gens » / « Quand on pose la question de continuer les grands salons ou d'agir dans la dentelle, nous faisons le choix de faire un peu des deux [...] c'est important pour nous de les coupler, puis ensuite de faire venir les gens sur notre territoire dans une logique d'entonnoir »

Charlotte Courty, Chargée de projet Conciergerie Corrèze Accueil, Département de la Corrèze

« Il ne faut pas opposer virtuel et contact physique. Dans une première approche, on peut multiplier les occasions d'enrichir un portefeuille par du virtuel [...] mais créer une ambiance favorable à l'investissement ça ne se fera jamais qu'en présentiel »

François Gaumet, Directeur de Périgord Développement

« Il y a une démultiplication de l'offre qui est extrêmement forte, une sur-sollicitation, une volatilité dans les inscriptions, les *no show* sur les événements, qui est complètement dingue [...] ce type de plateforme, dans la souplesse qu'elles peuvent apporter dans les inscriptions, les prises de rdv, est essentielle » / « C'est une espèce d'hybridation qui n'est pas dans le sens présentiel vs distanciel mais où l'on essaie de croiser des métiers qui sont à la fois des métiers de l'événementiel et de la mise en relation » / « Il faut avoir en interne toutes les dispositions pour animer cette communauté, encore plus si on l'a pensée comme une offre qui permet de consolider la relation avec des partenaires »

Antoine Chotard, Responsable Marketing et Développement, ADI-NA

# #ÉVÉNEMENTIEL

## Quels sont les formats de demain ?

### WEBINAIRES

#### Penser et compenser son événement

Mercredi 18 janvier (12h-13h)

Continuer les grands  
salons ?

11 janvier (12h-13h)

Réinventer l'expérience  
événementielle

25 janvier (12h-13h)

A l'heure où la préoccupation environnementale est omniprésente comme celle de la responsabilité sociale et sociétale des actions collectives, nos structures s'interrogent y compris sur l'organisation d'événements. Comment penser l'impact de nos opérations ? Comment le diminuer, le compenser ? L'occasion de créer de nouveaux modèles économiques ?

**#développementdurable #ODD #ESS #responsabilité #transitionécologique**

#### 1 invité expert

#### 4 intervenant.e.s de nos réseaux d'adhérents



**Dominique Béhar**  
Coordinateur transition  
écologique des  
événements  
**Réseau Eco-Evénement**



**Julie Benisty-  
Oviedo**  
Responsable tourisme  
durable  
**Office de tourisme et  
des congrès de  
Bordeaux Métropole**



**Nicolas Martin**  
Directeur général  
**La Rochelle Tourisme &  
Événements**  
Président  
**MONA**



**Frédérique  
Michely Szkalana**  
Directrice marketing et  
communication  
**La Rochelle Tourisme &  
Événements**



**Frédéric Gilbert**  
Développeur de filières  
de pleine nature et  
manager-formation  
médiateur  
**Parc Naturel régional  
des Landes de Gascogne**

(re)voir : <https://events.nouvelle-aquitaine.paris/evnementiel>

## **Dominique Béhar, Coordinateur transition écologique des événements, REEVE**

Longtemps considérée comme une contrainte, l'écoresponsabilité se trouve désormais au coeur du plan de transformation de l'économie française. Les travaux du Shift Projet, de l'ADEME, de l'État, convergent vers un alignement des stratégies nationales sur la question de l'événementiel durable. Le réseau Eco-événement est né de cette mouvance ; il accompagne l'évolution systémique de la mécanique événementielle, par le biais de la création, diffusion et mise à disposition d'un large panel d'outils, guides, labels, référentiels, ressources, parcours de formation, etc. en accès libre afin d'acculturer les professionnels du secteur, favorisant ainsi le passage de l'action individuelle à l'action collective. Dans ce référentiel éco-responsable, où se multiplient les solutions innovantes et éco-engagées, l'éco-conception d'un événement en devient facilitée.

## **Julie Benisty-Oviedo, Responsable de tourisme durable, Bordeaux Tourisme et Congrès**

Inscrit dans un processus d'amélioration continue, l'office de tourisme de Bordeaux a obtenu la certification ISO 20121 en 2021, récompensant ainsi son haut niveau d'engagement en matière d'événementiel responsable sur les deux périmètres de sa structure (gestion interne au quotidien) et de son événement phare, Bordeaux Fête le Vin. La certification ISO 20121 ne représente qu'une partie des initiatives portées avec l'écosystème d'acteurs et de partenaires associés à cette démarche transversale et partagée ; l'office s'illustre d'ailleurs dans le recours à des outils complémentaires tels que le GDS Index, la démarche de gouvernance participative Agora Bordeaux Métropole, l'application de la méthodologie du Plan Do Check Act, etc.

## **Nicolas Martin, Directeur général & Frédérique Michely-Szkalana, Directrice marketing et communication, La Rochelle Tourisme et Evénement**

La Rochelle Agglomération, lauréate de l'appel à projet national *Territoires d'innovation* en 2019, est engagée dans un projet de territoire structurant *La Rochelle Territoire Zéro Carbone*, à l'horizon 2040. S'appuyant sur une coopérative carbone ayant pour vocation de mesurer/prévenir/compenser les impacts carbone comme un véritable outil au service de sa stratégie, l'ambition collective s'étend à l'ensemble des acteurs économiques du territoire, y compris à ceux de la filière événementielle. Le déploiement de la charte des événements éco-responsables et éco-manifestations conditionne en outre, le niveau des subventions et aides versées aux organisateurs d'événements. Miser sur les productions locales, former ses personnels, favoriser les éco-prestations, réduire les déchets, sensibiliser les publics et communiquer «écoresponsable», etc, La Rochelle Tourisme et Evénements conforte son engagement fort pour la décarbonation de ses événements, et assume son positionnement radical en matière d'alimentation - poste émetteur de carbone associé à des problématiques éthiques dans les cas de maltraitance animale et de santé - en expérimentant des partenariats avec des acteurs de la pêche locale ou des associations engagées pour le bien-être animal, mais aussi en accompagnant les professionnels dans le sourcing de solutions plus écoresponsables.

## **Frédéric Gilbert, Développeur de filières de pleine nature et manager-formation médiateur, PNR Landes de Gascogne**

Véritables périmètres d'expérimentation d'une action collective en faveur du développement durable, les 5 PNR de Nouvelle-Aquitaine, avec l'appui de la Région, sont engagés dans le dispositif *Parc Attitude*. Cette démarche de progrès, opérationnelle et incitative, encourage au développement des pratiques événementielles et de pleine nature durables, dans une logique de moindre impact et de préservation des milieux naturels. Réversibilité des manifestations à enjeux, accompagnement des organisateurs avec des outils techniques (cahier des charges, charte d'engagement, malle événementielle, écompteurs...), sensibilisation des participants (messages appropriables) etc, cette méthodologie collective développée régionalement en inter-parc sera certainement amenée à se diffuser.

(re)voir : <https://events.nouvelle-aquitaine.paris/evenementiel>



« En tant que réseau, nous avons pour objectif d'empouvoier toute personne qui souhaite se professionnaliser sur cette question, dans le cadre d'une association, d'une entreprise, si cette personne a envie d'occuper un rôle de conseil à son tour »

« La filière événementielle est mûre pour la transition »

« Pendant longtemps, nous avons considéré que la RSE et l'écoresponsabilité étaient des contraintes mais aujourd'hui, grâce à cet engagement des territoires, il y a de plus en plus de prestataires qui proposent des offres de service qui sont plus écoresponsables. » / « Je suis heureux de voir que l'événementiel devient un ambassadeur de l'écoresponsabilité puisque ce dont nous avons besoin, c'est d'événements qui continuent de nous inspirer »

« Vous commencez par une petite action qui vous fait plaisir car il y a suffisamment d'éléments anxiogènes dans nos vies, vous commencez par quelque chose qui vous inspire à titre personnel, que vous incarnez et ensuite que vous pouvez développer, et vous généralisez : c'est très complémentaire aux approches bilan carbone, stratégiques et PDCA »

Dominique Béhar, Coordinateur transition écologique des événements, REEVE

« La norme ISO 20121 fonctionne sur un principe d'amélioration continue, il n'y a pas de critères fixes à remplir mais c'est plutôt en fonction de son écosystème et de son fonctionnement propre. Le concept, c'est de s'améliorer d'année en année via un PDCA, Plan Do Check Act » / « C'est une véritable démarche transversale et partagée qui permet de bénéficier à tout le monde » / « Il y a des engagements environnementaux mais aussi sociaux et sociétaux. C'est ce que permet cette norme avec fluidité et nous conseillons que sur ces certifications, le pilier environnemental soit évidemment traité mais qu'il y ait aussi une ouverture et des actions à entreprendre sur des engagements sociaux et sociétaux. »

« On réalise un bilan carbone (...) la connaissance de la donnée reste évidemment clef pour mettre en place des actions correctives. »

Julie Benisty-Oviedo, Responsable de tourisme durable, Bordeaux Tourisme et Congrès

« Nous sommes dans une démarche d'accompagnement des acteurs du secteur notamment des traiteurs pour les faire progresser de façon rapide et offensive sur ces sujets de décarbonation des menus qui s'imposent à tous nos événements. »

« La cuisine végétarienne s'apprend et aujourd'hui, les professionnels sont peu armés. »

Nicolas Martin, Directeur général, La Rochelle Tourisme et Evénement

« Je vais reprendre une expression de l'un de mes confrères : la communication a eu pour mission de valoriser et promouvoir et aujourd'hui elle est de plus en plus utilisée pour protéger et préserver »

Frédérique Michely-Szkalana, Directrice marketing et communication, La Rochelle Tourisme et Evénement

« Nous avons voulu faire inscrire la pratique sportive dans la Charte du Parc Naturel Régional pour accompagner les organisateurs, les accueillir et faire en sorte que leur manifestation soit le moins prégnante possible sur les espaces naturels mais aussi sur la partie sociale car les PNR sont des territoires habités. »

« C'est un dispositif complet, incitatif, pour agir sur les manifestations à enjeux sociaux, environnementaux ou encore économiques. »

« Ces manifestations doivent s'intégrer dans un territoire et surtout donner des bénéfices sociaux à ce territoire qui les accueille. »

Frédéric Gilbert, Développeur de filières de pleine nature et manager-formation médiateur, PNR Landes de Gascogne

# #ÉVÉNEMENTIEL

## Quels sont les formats de demain ?

### WEBINAIRES

**Innover pour une expérience toujours plus wahou !**  
Mercredi 25 janvier (12h-13h)

Continuer les grands  
salons ?

11 janvier (12h-13h)

Penser et compenser  
son événement

18 janvier (12h-13h)

Quelles sont les tendances de l'événementiel ? La crise sanitaire a sans doute modifié la participation du public, grand public comme professionnel/spécialisé. Les sollicitations sont nombreuses et les réponses plus difficiles à confirmer, plus tardives, plus instables ? Sauf à proposer une expérience de rencontre inédite ? Quels exemples trouve-t-on dans nos réseaux, que peut-on tenter la prochaine fois ?

**#innovation #événementiel #format #contenu #communauté #tendances**

#### 1 invité expert



Fabrice Guérineau  
Directeur  
TANGRAM  
Co-président  
Union des Métiers de  
l'Événementiel en  
Nouvelle-Aquitaine

#### 3 intervenant.e.s de nos réseaux d'adhérents



Marion  
Oudenot-Piton  
Cheffe de projets  
Transitions Sociétales  
Industries des Loisirs &  
Responsable Tourisme  
Lab Nouvelle-Aquitaine  
Tourisme Lab  
ADI-NA



Laurent-Pierre  
Gilliard  
Directeur prospective et  
communication  
UNITEC



Raphaël Dupin  
Directeur général  
Cap Sciences

(re)voir : <https://events.nouvelle-aquitaine.paris/evenementiel>

## **Fabrice Guérineau, Co-président de l'UMENA & Directeur de Tangram**

Propos introductifs sur le secteur de l'événementiel qui, après deux années de crise sanitaire, est de nouveau identifié comme un véritable outil de relance économique, de lancement de projets et d'attractivité des territoires. Avec un rebond de la demande dans un contexte un peu plus apaisé, la filière doit s'organiser en interne pour répondre aux délais de commande de plus en plus courts souhaités par les organisateurs, alors même qu'il s'observe toujours une pénurie de forces vives avec un attrait en berne pour certains métiers. L'événementiel est en parallèle un média qui n'a cessé d'être dans l'innovation pour satisfaire le participant, en mettant au cœur de ses stratégies, l'amélioration continue de l'expérience utilisateur : accueil personnalisé, recherche d'émotion et d'authenticité, etc.

## **Marion Oudenot-Piton, Cheffe projet industrie des loisirs et Responsable du Tourisme Lab, ADI-NA**

Le tourisme événementiel a emprunté en 2022 un tournant majeur. Hybridation des événements, gestion de data et de communauté, développement durable et expérience utilisateur : 4 tendances fortes qui ont stimulé l'apparition de solutions innovantes dans l'écosystème néo-aquitain. En sa qualité de laboratoire des innovations dans le tourisme, le sport et les industries de loisirs, le Tourisme Lab est particulièrement attentif à la façon dont ces entreprises innovantes perdurent dans le temps et créent un modèle économique viable, notamment car il y a beaucoup d'innovations utilisées dans le tourisme et dans le sport, qui peuvent être duplicables sur de grands événements.

## **Laurent-Pierre Gilliard, Directeur prospective et communication, UNITEC**

Le fond avant la forme : le succès d'un événement repose avant tout sur la qualité de ses contenus, jugés utiles, pertinents et instructifs par les participants. Une fois la communauté de «contenu» construite, le choix du format de l'événement devient alors un outil au service d'une stratégie de fidélisation et de conquête des publics, car une fois sur place, c'est bien le format, qu'il soit ludique, surprenant et fun, qui va marquer et inciter les participants à revenir voire à recommander l'expérience événementielle. Et si rien ne remplace le présentiel, une nette tendance se dessine sur le plan virtuel, pour certains types d'événements.

## **Raphaël Dupin, Directeur, Cap Sciences**

Acteur de la médiation scientifique auprès du public jeunesse, les expositions et ateliers de Cap Sciences sont de plus en plus conçus à la façon d'un événement. Pour traiter un contenu intéressant mais pas nécessairement attractif, l'accent est véritablement mis sur la forme et la recherche de «l'effet wahou», qui néanmoins, devient de plus en plus coûteux à produire. D'une scénographie travaillée avec soin à la gamification de l'exposition transformée parfois en «espace game géant», en passant par la création d'un média stimulant la communauté tout au long de l'année, l'objectif est que le visiteur vive une expérience de visite inédite... et revienne !

(re)voir : <https://events.nouvelle-aquitaine.paris/evenementiel>



« L'événementiel joue un vrai rôle économique et politique, culturel, sportif, voire sociétal » « Aujourd'hui, nous cherchons à susciter l'émotion en donnant un vrai sens, de l'authenticité, une vraie expérience utilisateur grâce aux nouvelles technologies en intégrant de l'immersif, de l'interactif » / « Les organisateurs d'évènement souhaitent à présent mieux maîtriser leur retour sur investissement. Aujourd'hui on mesure réellement les retours notamment grâce aux outils mis en place par l'UMINEV. Nous organisons des opérations beaucoup plus responsables où la RSE est devenue un levier d'innovation pour la filière événementielle et pour les méthodes d'organisation d'évènement ».

Fabrice Guérineau, Co-président de l'UMENA & Directeur de Tangram

« L'innovation arrive souvent pendant de grandes crises donc il y a des développements d'entreprises, de solutions innovantes mais il faut qu'elles puissent trouver un modèle économique et perdurer dans le temps »

« L'hybridation a changé la culture de l'évènement, à la fois côté organisateurs car ils ont dû s'équiper de solutions innovantes [...] et les participants qui ont dû appréhender de nouvelles façons de consommer un évènement »

Marion Oudenot-Piton, Cheffe projet industrie des loisirs et  
Responsable du Tourisme Lab, ADI-NA

« Pour une bonne manifestation, il faut déjà avoir un contenu super béton ! »  
« Nous avons fait le choix de ne pas communiquer sur ces nouveautés [...] ce n'est pas ce qui va attirer à l'évènement, mais une fois sur place, c'est aussi ce qui va marquer, ce qui va inciter les personnes à en parler autour d'elles, qui va les inciter à revenir, ou que de nouvelles personnes vont venir parce que le bouche à oreille aura marché »

Laurent-Pierre Gilliard, Directeur prospective et communication, UNITEC

« Comment essayons-nous de faire une exposition qui marche sur un sujet totalement difficile ? [...] nous allons tout mettre sur l'effet wahou »  
« Ce que les gens retenaient, [...] c'était l'expérience qu'ils avaient vécue »  
« Ces stratégies d'influence s'inscrivent vraiment dans du long terme et l'une des difficultés des événements, c'est de créer une communauté sur un temps court »

Raphaël Dupin, Directeur, Cap Sciences

# RESSOURCES

#attractivité #durable #effetwahou

## Etudes sur l'évolution de la filière événementielle

« Vers une incontournable refonte de l'événement ? », Laura LITRE VALENTIN, doctorante, thèse ESCP Business School, 2020 : <https://www.unimev.fr/wp-content/uploads/2020/07/MANAGING-A-POST-COVID19-ERA.pdf>

« Le manifeste de la filière : les événements, servir le bien commun », UNIMEV, 2020 : [https://www.unimev.fr/wp-content/uploads/2020/12/Manifeste\\_2020\\_MON-TAGE\\_VF.pdf](https://www.unimev.fr/wp-content/uploads/2020/12/Manifeste_2020_MON-TAGE_VF.pdf)

« Event Data Book 2021 : données 2020 et tendances 2021 », UNIMEV, 2021 : [https://www.unimev.fr/wp-content/uploads/2021/11/DataBook\\_GABARIT\\_2021\\_1.pdf](https://www.unimev.fr/wp-content/uploads/2021/11/DataBook_GABARIT_2021_1.pdf)

« The virtual event tech guide 2022 », Skift meetings, 2022 : <https://meetings.skift.com/reports/virtual-event-tech-report/>

« 6ème vague de l'Observatoire des déplacements professionnels en France et à l'étranger », Etude OpinionWay et Corporate Mobilities menée pour AXA Partners France et Carbookr, 2022 : <http://ow.ly/OGKV50MI8BY>

## Articles d'analyse des pratiques événementielles et revues :

« Comment faire du digital un outil au service des retombées événementielles d'un territoire ? », Julie Lochet et Alix Fissot, Innovatoire, janvier 2023 : <https://www.linno-vatoire.fr/territoires-evenements-comment-faire-du-digital-un-outil-au-service-des-retombees-evenementielles-dun-territoire/> #attractivité

« L'événement digital, l'allié incontournable de l'événement physique ? », Interview de Florian Courgenouil, Innovatoire, décembre 2022 : <https://www.linno-vatoire.fr/17043-2/> #attractivité

« La puissance de la rencontre humaine passe par l'émotion, le souvenir et l'expérience – Rencontre avec Pablo Nakhlé Cerruti », interview de Pablo Nakhlé Cerruti, Innovatoire, septembre 2022 : <https://www.linno-vatoire.fr/la-puissance-de-la-relation-humaine-passe-par-le-mo-tion-le-souvenir-et-le-xperience-rencontre-avec-pablo-nakhle-cerruti/> #effetwahou

« Les expériences immersives pour penser le futur » - Article rédigé par Charlotte-Amélie, Innovatoire, avril 2022 : <https://www.linno-vatoire.fr/les-experiences-immersives-pour-penser-le-futur/> #effetwahou

« L'expérience client : comment créer un événement impactant ? » - Article rédigé par Morgane Joyau Léo-nard, Innovatoire, juillet 2021 : <https://www.linno-vatoire.fr/lexperience-client-creer-un-evenement-impactant/> #effetwahou

« L'événement, acteur citoyen et créateur d'engagement », revue annuelle d'inspiration de L'Innovatoire, 2022 : <https://www.unimev.fr/wp-content/uploads/2022/01/Re-vue-VDEF-PDF.pdf> #durable

« Bordeaux s'affirme comme une destination touristique durable », Monatourisme, mars 2021 : <https://www.mo-natourisme.fr/bordeaux-destination-durable/> #durable

« Book du tourisme Lab », septembre 2022 : <https://www.adi-na.fr/wp-content/uploads/2022/09/Book-Tourisme-Lab-septembre2022.pdf> #durable #effetwahou

## Outils de diagnostic, de sensibilisation, de certification, de formation :

Plateforme d'Autodiagnostic Environnemental pour les Responsables d'Evenement (ADERE) : [www.evenementresponsable.ademe.fr/comment-ca-marche](http://www.evenementresponsable.ademe.fr/comment-ca-marche) #durable

Référentiel et label événement éco-engagé, Réseau Eco Evenement, REEVE : [www.reseau-eco-evenement.net/label-dont-le-referentiel](http://www.reseau-eco-evenement.net/label-dont-le-referentiel) : <https://fr.calameo.com/read/0005319229b44f1772c1e> et le label : [http://www.ecoresp.net/ged/448/REEVE\\_Guide\\_Label\\_ecoevenements.pdf](http://www.ecoresp.net/ged/448/REEVE_Guide_Label_ecoevenements.pdf) #durable

Fresque de l'événementiel pour sensibiliser les publics, selon le principe de la fresque du climat, Réseau EcoÉvénement : [www.reseau-eco-evenement.net/fresqu-event/](http://www.reseau-eco-evenement.net/fresqu-event/) #durable

Démarche Parc Attitude à destination des organisateurs d'événements de sports de nature, Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne : [www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRENDRE/Les-missions-du-Parc/Tourisme-durable/Demarche-Inter-Parcs-Sports-de-nature/Mise-en-oeuvre-du-Plan-d-actions-2021-2026/Renforcement-de-la-mise-en-oeuvre-du-plan-d-actions-en-2022](http://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRENDRE/Les-missions-du-Parc/Tourisme-durable/Demarche-Inter-Parcs-Sports-de-nature/Mise-en-oeuvre-du-Plan-d-actions-2021-2026/Renforcement-de-la-mise-en-oeuvre-du-plan-d-actions-en-2022) #durable

Démarche de régulation des pratiques auprès des organisateurs d'événements de sports de nature, Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne : [www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRENDRE/Les-missions-du-Parc/Tourisme-durable/Regulation-des-pratiques-consommatrices-d-espaces/Manifestations-sportives-de-pleine-nature](http://www.parc-landes-de-gascogne.fr/Parc-Naturel-Regional-de-Gascogne/COMPRENDRE/Les-missions-du-Parc/Tourisme-durable/Regulation-des-pratiques-consommatrices-d-espaces/Manifestations-sportives-de-pleine-nature) #durable

Certification 20121 pour la conduite responsable d'événements, norme afnor : <https://certification.afnor.org/developpement-durable-rse/certification-iso-20121-systemes-de-management-responsable-appliques-a-l-activite-evenementielle> #durable

Veille sur l'écoresponsabilité : <https://www.ecoprod.com/fr/> #durable

Charte de développement durable pour les festivals,  
Ministère de la Culture : [#durable](https://www.culture.gouv.fr/Media/Presse/Fichiers/Charte-de-developpement-durable-pour-les-festivals#:~:text=Le%20minist%C3%A8re%20de%20la%20Culture%20et%20les%20signataires%20de%20la,l%27environnement%20et%20le%20climat)

Charte des 15 engagements écoresponsables à l'horizon 2024, Ministère des sports des jeux olympiques et paralympiques : [#durable](https://www.sports.gouv.fr/media/1511/download)

Charte de La Rochelle pour les événements éco-responsables : [#durable](https://www.larochelle.fr/fileadmin/mediatheque/3_Vie_quotidienne/Associations/CHARTE_ECOMA-NIF_VLR_Vdef.pdf)

Engagements pour la croissance verte, Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires et Ministère de la Transition énergétique [#durable](https://www.ecologie.gouv.fr/engagements-croissance-verte)

Liste de 50 guides sur l'événementiel écoresponsable à télécharger : <http://www.ecoresp.net/ged/448/> [#durable](#)

Plusieurs formations professionnalisantes sur le tourisme durable avec la MONA en 2023 : <https://www.monatourisme.fr/programme-de-professionnalisation/> [#durable](#)

Boîte à outils et centre de ressources de la MONA : <https://www.monatourisme.fr/ressources/>

## Remerciements

Nous remercions chaleureusement l'ensemble des intervenant.e.s de nos réseaux et des invité.e.s qui ont partagé leur expertise, retours d'expérience et bonnes pratiques, auprès des adhérents de nos deux réseaux de professionnels. Nous remercions également l'ensemble des participant.e.s du cycle de réflexion [#événementiel](#).

Trois webinaires à (re)voir et à approfondir grâce aux ressources proposées, pour continuer de s'inspirer, de s'outiller et d'expérimenter de nouveaux formats événementiels !