

Entre résilience et nouvelles audiences : Le numérique transforme l'événementiel

L'événementiel a fait partie des secteurs les plus touchés par la pandémie de Covid-19 et les restrictions sanitaires. Contraintes de s'adapter au nouveau contexte, les organisations ont eu fortement recours aux technologies de transmission en ligne de façon à maintenir les liens avec leurs différentes parties prenantes. Les entreprises privées tout comme les institutions publiques sont ainsi parvenues à s'adresser à une audience beaucoup plus large, et les formats hybrides font désormais la nouvelle norme.

Temps de lecture : minute

4 juillet 2022

De nombreux acteurs de l'organisation d'événements ont pris pour la première fois depuis 2020 le virage du format hybride. Selon une étude menée par LinkedIn en mai 2021, 72% des organisateurs d'événements français considèrent désormais les événements virtuels comme une nécessité, et 68% déclarent souhaiter organiser des événements hybrides à l'avenir. Cette transition a été rendue possible par le soutien renforcé des entreprises professionnelles de la transmission en ligne.

Pour un événementiel moins émetteur et plus impactant

Le recours au phygital s'ancre aujourd'hui très largement dans les pratiques quotidiennes des organisateurs pour deux raisons majeures. La première est la responsabilité environnementale. " Chez tous les

professionnels, la tendance de fond est à l'engagement pour réduire au plus vite son empreinte écologique. Et les déplacements effectués pour se rendre à un événement ou à une réunion d'affaires, par exemple, sont la source d'émissions de CO2 facilement évitables grâce au digital, explique Pierre-Edouard Borderie, Head of Euronext Corporate Services. Au lieu de se déplacer plusieurs fois par an sur ses différents sites internationaux, un dirigeant peut les limiter et choisir de diffuser ses messages importants de manière large. "

À cet enjeu sociétal s'ajoute une opportunité d'audience que peu d'acteurs avaient prédit. " Le digital s'est avéré pour beaucoup d'acteurs pouvoir constituer un avantage significatif afin de toucher un public très large, y compris des gens qui n'avaient pas l'habitude de se déplacer aux événements physiques, ou ceux qui ne pouvaient pas à cause de la distance, du coût, de leurs contraintes d'agenda ou autre ", souligne encore le patron de la filiale Corporate Services d'Euronext. " Pendant la période du Covid-19, une association du domaine de la RSE qui devait réorganiser complètement son rassemblement annuel à cause des restrictions a eu l'heureuse surprise de réunir 356 participants au total, présents à la fois physiquement et virtuellement. Une audience qu'elle n'avait jamais connue auparavant. "

La flexibilité du numérique au service de l'événement

Ces nouveaux impératifs d'allier les formats digitaux et physiques dans le cadre des événements ont renforcé la raison d'être de la filiale Corporate Services du Groupe Euronext qui a ajouté à son portefeuille d'activité une société dédiée à la capture et à la diffusion web d'événements, Company Webcast. La société s'est lancée dans ce nouveau marché bien avant la crise du Covid-19 et la prise de conscience des enjeux environnementaux. Company Webcast est convaincue aujourd'hui de pouvoir accompagner

l'événementiel vers une nouvelle ère.

L'équipe de Company Webcast plaide pour le recours à une technologie finalement peu chère et pleine de ressources. *" Non seulement nous avons la capacité de personnaliser la plateforme technologique aux couleurs de l'évènement, mais en plus nous offrons un accompagnement personnalisé en guidant les primo-webcastant dans leurs premiers pas face caméra par exemple, ou encore en nous adaptant aux scénarisations des agences événementielles ou aux envies des organisateurs en matière de traduction par exemple, détaille Pierre-Edouard Borderie. Finalement, on est capables d'accompagner les organisateurs dans leurs plus grandes ambitions. Nous avons construit notre plateforme pour que la créativité des organisateurs d'évènement atteigne sa limite avant que notre technologie ne touche la sienne. "*

Par ailleurs, la forte accélération du développement de l'événementiel digital a conduit les spécialistes de la captation-retransmission à adopter une vision plus innovante. *" Le fait que tout le monde cherche à se démarquer nous force à être inventif et à accompagner les changements du secteur pour rendre les webinaires et rassemblements virtuels toujours plus interactifs "*, confie Pierre-Edouard Borderie.

Participation et interactivité, les maîtres mots de l'événementiel en ligne

La plateforme offerte par Company Webcast permet jusqu'à 100 000 connexions simultanées - permettant de toucher un public très large et connecté depuis le monde entier.

L'enjeu est également pour Company Webcast de capter et de maintenir l'attention de personnes qui se trouvent derrière leurs écrans. Et sur ce point, les possibilités sont déjà nombreuses et se multiplient. *" Une association du domaine de la RSE que nous avons accompagnée a, par*

exemple, été ravie de pouvoir donner la possibilité aux participants de poser des questions en ligne, illustre Pierre-Edouard Borderie. Elle a aussi apprécié notre offre de séquençage vidéo pour choisir les meilleurs extraits et les partager avec ses réseaux après l'événement, afin de lui donner corps sur la durée. " Par ailleurs, Company Webcast peut aussi intégrer des sondages en live pendant l'événement de manière à solliciter la participation active des personnes connectées.

" Aujourd'hui, dans notre studio ou sur le lieu choisi par l'organisateur, on propose donc d'adapter certains événements, de permettre aux dirigeants d'agir sur leur empreinte carbone tout en leur permettant d'augmenter leur rayonnement. C'est pourquoi nous sommes particulièrement investis et motivés pour innover, afin d'augmenter la participation de l'audience pendant et après l'événement. " Et s'il fallait encore un argument pour la digitalisation ou phygitalisation de l'événementiel, la disponibilité du replay en est un qui compte. De quoi faire résonner l'événement plus longtemps et, peut-être, marquer davantage les esprits.

Maddyness, en partenariat avec Euronext Corporate Services.