

Slush 2023 : ce que les événements tech français peuvent apprendre de la conférence finlandaise

Événement unique en son genre, Slush redéfinit les standards des conférences tech en Europe. A Helsinki, il y a quelques bonnes idées à piocher pour les organisateurs d'événements dans l'écosystème.

Temps de lecture : minute

1 décembre 2023

Chaque fin d'année, Slush clôt le bal des événements tech mondiaux de premier plan, avant la trêve de Noël qui prendra fin avec le CES de Las Vegas début janvier. Et si la caravane de la tech fait le déplacement jusqu'à Helsinki, ce n'est pas seulement pour la neige, le sauna et la vie douce qui font la réputation de la Finlande. Pour faire oublier un mercure qui bascule aisément dans les températures négatives, les organisateurs de Slush veulent en mettre plein les yeux aux participants. Et pour y parvenir, les Finlandais ne font pas les choses à moitié.

Ce qui frappe d'entrée de jeu au Messukeskus, le parc des expositions d'Helsinki, c'est l'atmosphère qui y règne. Plutôt que d'utiliser des lampes surpuissantes pour éclairer les allées et les scènes comme si on était en plein jour, les organisateurs ont opté pour une lumière plus tamisée, n'hésitant pas à plonger la plupart des zones de l'événement dans la pénombre pour mieux faire ressortir ses atouts. Ce choix assumé a le mérite de contribuer à un climat plus apaisé, quand la plupart des salons qui misent sur une lumière artificielle puissante peuvent vite devenir

stressants malgré eux. Ce n'est pas une surprise, tant les Scandinaves ont été des pionniers en matière de bien-être. Et force est de constater que cette réputation est justifiée.

Un véritable show plutôt qu'une simple conférence

Au-delà de mettre les participants dans de meilleures conditions, cette lumière tamisée permet surtout de mettre en valeur les scènes et leur light show spectaculaire. Slush n'est pas conçu comme une simple conférence, mais comme un véritable show. Et cela se voit dès la cérémonie d'ouverture. Aussi courte soit-elle, elle donne le ton de l'événement de manière spectaculaire.

En effet, les organisateurs n'ont pas lésiné sur les moyens avec une scénographie unique en son genre pour un événement tech. Voyez plutôt : jeux de lumière et lasers en pagaille, grande cascade d'eau et une acrobate qui multiplie les figures dans les airs, le tout avec une grosse sono faisant vibrer le sol pour faire monter la sauce. C'était à se demander si Martin Garrix ou David Guetta n'allaient pas surgir sur scène pour transformer l'événement en festival électro ! Ce qui est finalement cas lors de l'Afterparty qui transforme le Parc des expositions d'Helsinki en véritable boîte de nuit, avec des DJ qui se succèdent sur les différentes scènes jusque tard dans la nuit.

Le diable se cache dans les détails

En adoptant cette approche, Slush immerge les participants dans une atmosphère unique. Cela fait davantage monter l'excitation qu'un simple jingle entre deux tables rondes. Les organisateurs ont pensé à tout, y compris à transformer la zone de restauration en un espace digne d'une guinguette parisienne en bord de Seine. Cela peut paraître anodin mais

cela contribue à créer une atmosphère chaleureuse. Le diable se cache dans les détails après tout...

Certes, cela requiert évidemment un budget élevé que tout le monde ne peut pas se permettre, mais le jeu en vaut la chandelle pour ceux qui ont les moyens. A la manière du sport qui a basculé ces dernières années dans le règne de l'*entertainment* (quitte à tutoyer les excès comme la Formule 1 à Las Vegas il y a quelques semaines), les événements tech ont tout à gagner en proposant un show mémorable à leurs participants. Cependant, le line-up doit être à la hauteur des moyens mis en œuvre, sous peine d'obtenir exactement l'inverse de l'effet recherché.

C'est là la grande force de Slush : proposer une sélection de speakers de qualité. Il s'agit d'un défi de taille alors que la concurrence n'a probablement jamais été aussi féroce entre les événements tech. Et la pandémie de Covid-19 n'a pas aidé en fragilisant financièrement les acteurs du secteur. Dans ce contexte, démontrer sa plus-value à tous les niveaux (speakers, scénographie, services pour optimiser l'expérience des participants...) est plus que jamais une nécessité.

Ne pas avoir les yeux plus gros que le ventre

Loin du gigantisme d'un CES ou d'un VivaTech, qui accueillent plus de 100 000 visiteurs chaque année, Slush a fait le choix de rester un événement à taille humaine. Pour cette édition 2023, ce sont ainsi près de 13 000 participants qui étaient attendus. Un choix payant puisque cela permet d'avoir un événement où les visiteurs ne se perdent pas en naviguant dans d'innombrables halls. Au Messukeskus, il est ainsi parfaitement possible de faire le tour du salon plusieurs fois dans la journée, ce qui permet mécaniquement de faciliter les discussions entre participants. Dans ce sens, l'application mobile de Slush constitue aussi un atout. La fonctionnalité «Matchmaking» est ainsi un must-have pour caler des rendez-vous tout au long de l'événement.

Seul bémol, les stands dédiés aux startups sont au même niveau que n'importe quel salon tech. Toutefois, ce n'est pas une grande surprise, dans la mesure où Slush a bâti sa réputation sur la qualité des conférences proposées, sa scénographie spectaculaire et ses side-events qui permettent à tous les participants d'y trouver leur compte. Événement français le plus connu à l'international, VivaTech pourrait encore davantage monter en puissance en piochant quelques inspirations chez nos amis finlandais de Slush. La création de la VC Night en amont de VivaTech, sur le modèle de la Slush Street, pour réunir des participants dans des bars et des restaurants a d'ailleurs déjà fait ses preuves.



À lire aussi

Web Summit ou Slush, que choisir ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabrion