

Saloon, la plateforme événementielle qui défie le confinement

Avec les mesures de confinement, c'est toute l'activité événementielle qui est mise en pause. Ne se laissant pas abattre, plusieurs PME se sont regroupées pour créer Saloon, une plateforme qui organise des événements en ligne.

Temps de lecture : minute

27 mars 2020

Depuis le 16 mars, la France semble être en pause. Non content de confiner les Français chez eux, le coronavirus frappe durement toute l'économie française. Le premier secteur à avoir été violemment impacté fut celui de l'événementiel. Face aux annulations en cascade, grandes entreprises et startups ont dû s'incliner.

Dans l'écosystème français, une bande d'irréductibles a décidé de se rebeller. Impossible d'organiser des événements physiques ? Qu'à cela ne tienne, eux s'organisent sur internet, où le corona ne risque pas de les infecter. Ces irréductibles portent les noms de Plezi, Livestorm et Crisp, trois PME qui ont monté ensemble la plateforme Saloon. "La plateforme Saloon a été créée en moins d'une semaine", annoncent ses fondateurs dans un communiqué. Ainsi, son concept a vu le jour alors que Plezi venait de voir son événement principal annulé à cause du coronavirus (covid-19). Dès que l'idée fut lancée, des partenariats furent passés et notamment avec Livestorm et Crisp.

Elle intègre les expertises respectives des trois startups : la retransmission en direct de Livestorm et les services de chat de Crisp;

Plezi s'est chargée de son côté de développer ce nouveau service. Celui-ci se présente comme un site d'événements et de conférences en ligne. Ainsi, les entreprises de l'événementiel peuvent encore générer des revenus malgré le confinement.

L'union fait la force

Pour prévoir une conférence, les groupes n'ont qu'à s'inscrire puis, une fois la conférence validée, Saloon envoie aux entreprises une bannière à afficher sur leurs réseaux pour prévenir de la date et de l'heure de la conférence. Pendant la période de confinement, toutes les conférences sont gratuites pour les spectateurs qui peuvent être jusqu'à mille par conférence. Tout comme lors d'une véritable conférence, il est possible de poser des questions en direct aux intervenants. Pas de risque de salle bondée, vous pouvez assister tranquillement aux événements depuis votre canapé. Seule règle : chaque entreprise ne peut prévoir que jusqu'à deux conférences par événement ; en revanche, si un événement est organisé conjointement par plusieurs entreprises, le nombre de conférences est alors illimité. L'union fait donc la force !

En s'associant, les trois startups ont déjà pu monter un premier "Saloon" sur le thème du marketing digital. Ayant lieu du 31 mars au 2 avril, celui-ci réunira 27 conférences en ligne sur trois jours à raison d'une conférence par heure. Il palliera le salon E-marketing qui devait avoir lieu aux mêmes dates, ce dernier ayant été décalé pour respecter les mesures sanitaires demandées par le Gouvernement. Les interventions seront assurées par des speakers venant de [Spendesk](#), [Datanas](#) ou encore [Windbound](#). De quoi couvrir des sujets allant de la stratégie marketing en période de crise jusqu'aux techniques de prospection.

