

Quentin Joachimiak

Clémence Le Carre

Kévin Razakatiana

Emma Ribeiro



Approche historique et sociologique du secteur de l'événementiel



Groupe D - 2016 / 2017

SOMMAIRE

Introduction	3
I - L'événementiel, l'histoire d'un secteur qui n'a cessé d'évoluer	4
1.1 - Un secteur auparavant négligé	4
1.2 - Un secteur devenu omniprésent	5
1.3 - Une éclosion d'acteurs : un secteur devenu très concurrentiel	6
II - Un réel besoin de divertissement pour notre société actuelle	7
2.1 - Le besoin de partage d'un intérêt commun	7
2.2 - Une nécessité de fuir la réalité par le biais des événements	8
2.3 - Une volonté de marquer les esprits durablement	9
Sitographie	11
Conclusion	12

INTRODUCTION

Auparavant considéré comme de l’amusement, voire de l’inutile, l’événementiel n’était pas un secteur pris au sérieux. Aujourd’hui, il devient un métier primordial qui permet de cibler un public, de faire passer un message efficace et est le vecteur d’une communication marquante. Cela va même jusqu’à démocratiser des structures qui mesurent l’efficacité de ces événements. Tout en se démarquant des actions publicitaires traditionnelles, l’événementiel est devenu un moyen de communication marquant. Que ce soit pour les réunions d’entreprises, pour les réceptions familiales ou pour un quelconque autre genre de rassemblement, les chiffres sont en hausse. Le nombre de prestations augmentent, les types de prestations varient, et les prestataires se multiplient. On constate un bouleversement du marché événementiel et des adaptations perpétuelles des entreprises. Il y a de nos jours, une multitude d’entreprises et de particuliers faisant appel à un établissement événementiel (hôtel, agence spécialisée, site atypique ou encore salle) pour organiser l’événement qui marquera à jamais leur carrière ou leur vie. Dans ce contexte, le marché événementiel est donc concurrentiel et professionnel du fait de l’éclosion d’une multitude de nouveaux acteurs. Il devient essentiel de comprendre comment ce secteur évolue en s’interrogeant sur les dynamiques de son marché. C’est à travers ce dossier que nous verrons tout d’abord comment à évolué ce secteur si important aujourd’hui, puis nous étudierons le fait que ce secteur est un réel besoin dans notre société où l’événement est devenu omniprésent. Une approche historique est nécessaire afin de comprendre plus en profondeur pourquoi ce secteur a connu de gros changements.

I - L'événementiel, l'histoire d'un secteur qui n'a cessé d'évoluer

1.1 - Un secteur auparavant négligé

L'évènementiel est l'organisation d'événements qui remonte à l'Antiquité. Entre les fêtes de Néron à Rome, en passant par Louis XIV qui est le premier à classer cet exercice et en fait un instrument à son service, au tour de France dans les années 50 qui est un véritable événement suivi par la France entière. Après les foires, expositions et salons grand public, sont mis en place les premiers salons professionnels, dont les premières éditions, qui remportent un franc succès. En 1970, se développent de nouvelles technologies de l'image, et voit l'apparition des premières agences événementielles. Dans les années 80, les grandes entreprises affichent leur prospérité en organisant des galas et de nombreuses soirées. L'évènementiel existe donc depuis toujours, il a parcouru les siècles et différentes civilisations à travers de grands évènements.

C'est seulement dans les années 90 que les entreprises prirent conscience de la technique de communiquer par l'événement, en faisant appel à des agences spécialisées ou bien alors, en intégrant dans leurs équipes des gens capables de mener à bien leur stratégie. En effet ils sentaient qu'il y avait une attente grandissante dans ce domaine là, d'où la nécessité de se démarquer, en vendant du rêve au public, l'événement se veut alors être reconnu comme un vecteur de vente et de communication stratégique nécessaire aux entreprises.

Par ailleurs, il est vrai que notre société actuelle tendant vers une société individualiste et virtuelle où le contact humain existe de moins en moins. C'est pourquoi les acteurs de cette société manifestent donc le besoin de se réunir afin de préserver le contact humain, souvent remplacé par la nouvelle technologie. Ici encore l'évènementiel, force sous estimée, est l'une des meilleures façons et solutions de répondre à ce besoin.

1.2 - Un secteur devenu omniprésent

Suite à la prise de conscience par les entreprises que l'événement était un véritable vecteur de communication, ces dernières ne le négligent plus. On pourrait même dire qu'elles en abusent volontairement. Outre les méthodes de promotions classiques (publicité TV, flyers, médias) il est courant que les entreprises aient recours à la communication événementiel et font appel à de véritables professionnels pour monter des événements de lancement de produit, de fidélisation de client ou encore d'accueil de nouveaux salariés.

Du côté public comme privé, il existe diverses formes d'événements. En effet, cela passe par des fêtes, comme le mariage, la naissance, l'anniversaire, des compétitions sportives comme Le Tour de France, les Jeux olympiques, la coupe du monde de football, des festivals de cinéma, de musique, d'écologie, etc ... Le but premier d'un événement est de rassembler les individus vers un intérêt commun, même si l'objectif de chacun des événements peut être différents. Certains de ces événements de par leur succès sont très attendu et ce qu'il soit, mensuel, annuel ou tous les 4 ans. Les acteurs du secteur de l'événementiel sont très divers car ils s'adressent à tous types de personnes. C'est pourquoi, l'événement rassemble tout ce qui se rapporte à la création, la gestion, la promotion et l'organisation d'événements professionnels. Le lieu de l'événement peut être public ou privé, sa durée peut varier de quelques heures à quelques jours, ce qui peut impliquer une logistique particulière et exiger la participation des professionnels de l'événementiel.

Il est donc en général impératif de faire appel à des professionnels de l'événementiel chargés d'assurer toute la logistique, la gestion budgétaire et la planification des tâches pour que l'événement soit un succès, tant pour l'entreprise organisatrice que pour les invités/participants. On n'improvise pas un événement, c'est une organisation maîtrisée au maximum avec des moyens et des objectifs clairement définis. C'est pourquoi ce secteur s'est professionnalisé et est devenu au fil des années un secteur de plus en plus important jusqu'à devenir omniprésent.

1.3 - Une éclosion d'acteurs : un secteur devenu très concurrentiel

Aujourd'hui après avoir été longtemps négligé, l'événementiel prend une place de plus en plus importante dans la société, ce qui se traduit par une professionnalisation du domaine. En effet, les différentes tâches liées à l'organisation d'un événement nécessite d'avoir des capacités spécifiques pour mener à bien les différents défis qui découlent des attentes, elles aussi spécifiques du client. Pour cela, un grand nombre d'agences ont vu le jour. Et comme l'évènementiel possède autant de domaines spécifiques que de clients, le marché a vite été inondé.

Quelques agences parviennent à sortir du lot et à rafler les contrats les plus importants, cependant ces dernières se privent d'une certaine manière des contrats les moins onéreux en comparaison mais qui eux sont plus abondants. Ce marché très juteux présente de nombreux biens substituables, ce qui accroît la concurrence entre les différentes agences d'événementiels. En effet si l'on prend l'exemple d'une salle, cette dernière peut être à la fois booké pour un mariage, une soirée de remise de diplôme, un gala de fin d'année ou encore un défilé de mode.

L'importance de la concurrence est tellement forte que posséder un bien ne suffit plus, en effet les agences doivent plus que jamais s'adapter aux spécificités de chaque client. Dans certains cas elles devront redoubler d'innovation afin de proposer quelque chose d'atypique au client, ce qui souvent paie. L'évènementiel est un secteur où la réactivité et l'adaptabilité sont de mises afin d'en partie faire le buzz et d'anticiper les besoins du client et de se défaire de toute concurrence.

II - Un réel besoin de divertissement pour notre société actuelle

Comme nous avons pu le voir précédemment, le secteur de l'événementiel est omniprésent dans notre société et comporte donc beaucoup de concurrents à cet effet. Nous allons essayer de comprendre pourquoi le secteur événementiel est si indispensable.

2.1 - Le besoin de partage d'un intérêt commun

L'événement rassemble un groupe d'individus qui ont la volonté de partager un intérêt commun. Un intérêt commun est pour un groupe d'individus le fait de partager les mêmes valeurs, une même philosophie, une même lutte, un mouvement, ou encore tout ce genre de chose qui est commune à un groupe. Le fait d'avoir un intérêt commun peut apporter une certaine satisfaction personnelle. Par exemple, le fait de se reconnaître dans un groupe, répond à un besoin de reconnaissance et d'appartenance. La création d'événements est une occasion idéale pour rassembler des gens qui ont un attachement en commun.

Plus il y a de personnes dans une même organisation, plus elle est importante et crédible aux yeux de notre société. Par exemple, de nombreuses personnes se sentent concernées par le développement durable, de nombreuses associations existent pour lutter contre cette cause.

En outre, ces associations se trouvent dans tous types d'événements tel que des festivals, dans des salons, des conférences, mais aussi dans les entreprises. Ce sont tous ces efforts en commun et ce partage d'intérêt qui ont permis à ces associations d'être reconnus aujourd'hui.

Le partage d'intérêt commun peut amener à une appartenance à une communauté, qui est une façon d'exprimer quelque chose qui nous tient à coeur. Cela amène donc à une jouissance personnelle. En effet, partager des intérêts en commun permet également de rencontrer des gens qui nous ressemblent, qui nous comprennent, et qui donne un sens à notre existence.

L'événement amène de nombreux aspects positifs, car c'est ce qui fait vivre nos attachements, nos passions, nos intérêts mais comporte aussi des aspects négatifs. En effet, le fait de partager un intérêt commun peut être une source de conflits, car le sentiment d'appartenance à un groupe peut transformer une personne en un personnage qui peut se

sentir totalement invincible au vu du soutien du groupe auquel il appartient. Prenons l'exemple d'un événement sportif. Lors d'un match de foot nous avons des individus qui se rassemblent pour un intérêt commun, le sport. Mais à l'intérieur de ce groupe d'individus, deux groupes vont se former en fonction de l'équipe qu'ils soutiennent. Pendant le match l'ensemble de ses individus vont être heureux de partager ce moment ensemble, mais à l'issue du match, les groupes vont ressentir des tensions émerger entre les gagnants et les perdants. Il n'est pas méconnu que certains match de foot se finissent en violence physique et verbale. Une personne qui a conscience de son appartenance à un grand groupe d'individus va se permettre ces violences pour peser sur le sort d'une rencontre, tout seul il n'aurait pas lieu d'être.

Ce besoin d'être rassemblé n'est pas qu'une question d'intérêt commun, mais peut également être un intérêt un peu plus personnel.

2.2 - Une nécessité d'évasion par le biais des événements

D'un point de vue artistique, l'événement est un moyen d'échapper à la réalité. En effet, de nombreuses personnes se rassemblent lors d'événements tels que des festivals, des concerts, du cinéma, des expositions etc. Sans ces événements « la vie serait une erreur » écrit *Friedrich Nietzsche* en 1988 dans son livre "crépuscule des idoles". L'homme a un besoin d'enfreindre des règles, de ne plus suivre une société qui lui a imposé un chemin à prendre. Cette liberté se fait de plus en plus ressentir du fait de l'explosion du secteur culturel. C'est à travers de nombreux arts que l'homme peut se sentir libre d'exprimer de la joie comme de la colère, dénoncer ce qui lui semble injuste et de le partager par un autre moyen que la parole. L'art est donc un point majeur de l'événementiel, car aujourd'hui on le retrouve dans la plupart des événements.

D'un point de vu festif, la fête s'est banalisée dans nos moeurs. De plus en plus de français font des études supérieures rythmées autant par les partiels que par les soirées étudiantes du jeudi soir à laquelle s'ajoute à la traditionnelle sortie du week-end. Chez certaines personnes, la pression de la fête est poussée à l'extrême, au point qu'elles se rendent à toutes les soirées auxquelles elles sont invitées, quitte à passer la moitié de sa soirée dans les transports et être au bord du gouffre financier. Les événements festifs sont un réel besoin

pour la majorité de la nouvelle génération, c'est une manière d'échapper à la réalité. De même pour la génération X, malgré qu'elle participe à des événements moins festifs. Par exemple, une personne qui assiste à un spectacle humoristique, va se cultiver d'une part, c'est une sorte de socialisation, et d'autre part, cela va lui permettre de ne penser à rien d'autre qu'au spectacle, c'est une volonté de fuir la réalité.

Dans notre société actuelle l'événement permet aux individus de relâcher toute la pression et le stress accumulé lors de leur semaine de travail. Bon nombre d'individus attendent le week end pour enfin pouvoir profiter pleinement de divertissements. C'est une manière de se retrouver entre amis, en famille, de rencontrer de nouvelles personnes, tout en partageant un intérêt commun.

Les individus comblent leur besoin de s'évader mais qui finalement ne sont pas totalement libre de fuir la réalité, car être libre de fuir la réalité c'est n'avoir aucune règles imposées, or l'événementiel impose tout une série d'obligations à respecter.

2.3 - Une volonté de marquer les esprits durablement

L'événement est devenu une nécessité, elle est ancré dans notre culture, c'est aussi un moyen de se sociabiliser et d'être bien vu. Les différents acteurs savent que ce secteur est de plus en plus important dans la société, et l'apparition de nombreuses organisations événementielles n'ont fait qu'accroître ces dernières années. Ainsi, ce secteur est devenu très vite concurrentiel et les professionnels se voient de plus en plus exigeant. Donner du spectacle, impressionner, surprendre pour fidéliser sont les mots d'ordre de ces entreprises qui se veulent leader sur le marché. Elles sont de plus en plus exigeantes afin d'être les plus compétitives possible, afin de marquer les esprits. Les lancements de produits doivent être le théâtre d'événements personnalisés. L'outil événementiel est optimal lorsqu'il est proche du consommateur et que ce dernier se sent individualisé et traité comme un VIP. L'événementiel est un vrai vecteur de la communication pour les entreprises. En effet, si elle est bien réalisée, la communication événementielle est un excellent moyen de faire parler de son entreprise et d'augmenter son chiffre d'affaires. Le marketing événementiel est en effet l'un des outils de communication les plus marquants, aussi bien auprès de clients, de partenaires ou de salariés.

Chaque invité doit se sentir singulier pour se souvenir de l'événement. Il doit vivre une expérience unique, cela doit créer de l'émotion chez les individus. Etant donné que l'objectif d'un événement est de montrer quelque chose, les professionnels dans l'événementiel ont tout intérêt à tout mettre en place, pour épater les spectateurs.

D'autre part, l'événement comporte des limites du fait qu'il n'est pas forcément universel et accessible à tout le monde. Une personne n'ayant pas les moyens d'y accéder, ne sera pas acceptée par un groupe qui y participe fréquemment. De plus, l'événement peut être addictif et on peut s'y habituer très vite. En effet, un individu qui sort sans arrêt, pour lequel la sortie à un événement est un rituel, il sera rapidement lassé. Il voudra de l'insolite, du spectacle comme jamais il a vu, un événement hors du commun, un événement qui lui fera plus d'effets qu'il en a jamais reçus.

Enfin, l'événement permet de rassembler des gens, mais finalement de même type. En effet, pour qu'un événement puisse vraiment être universel, il doit toucher tout le monde. Par exemple la musique est un art universel. Si l'événement est un festival qui propose tous les types de musique il pourrait être universelle, mais il serait beaucoup moins crédible et réputé qu'un festival qui a un genre de musique précis aux yeux des individus.

SITOGRAPHIE

Besoin d'évasion par le biais d'événements :

<http://www.psychologies.com/Bien-etre/Prevention/Hygiene-de-vie/Articles-et-Dossiers/Cinq-idees-pour-se-ressourcer/Besoin-d-evasion-que-cherchons-nous-a-fuir>

L'événement ancré dans nos moeurs :

<http://www.slate.fr/story/132812/nouvel-an-fete-societe>

Comment réaliser un événement inoubliable?

<http://www.lenouveleconomiste.fr/lesdossiers/le-lancement-produit-evenementiel-cross-canal-22272/>

CONCLUSION

L'événementiel est un secteur qui a grandi avec l'évolution de nos époques. En effet, auparavant négligé, il a désormais une place très importante dans nos moeurs. Ce secteur a vu une éclosion d'acteurs arriver sur le marché, au vu du besoin essentiel pour les individus d'assister à des événements de tous types.

L'événement est indispensable pour les individus d'une société capitaliste. Elle est le reflet d'une appartenance à une communauté, à un besoin de reconnaissance. Il permet également de partager des mêmes valeurs, de créer des liens avec d'autres individus qui nous ressemblent, de soutenir une cause, de lutter contre quelque chose. Une communauté permet de se sentir plus fort et plus crédible aux yeux des individus extérieurs.

D'autre part, l'événement est devenu un moyen d'échapper à la réalité. Il permet de relâcher toute la pression dû au travail, ou aux problèmes quotidiens en tout genre, malgré que cette impression de liberté est finalement très réglementé. Il s'est banalisé dans notre vie quotidienne, et est de moins en moins vécu comme une sortie d'exception. Il est de plus en plus présent dans les entreprises qui souhaitent l'intervention d'agences événementiels, afin de marquer les esprits et de créer des émotions pour toucher un public cible.

Il reste néanmoins un facteur majeur économique et sociale, car il constitue aujourd'hui un réel besoin pour les individus. Cependant, l'événement peut cibler les individus mais ne peut être difficilement universel.