

le magazine de la communication par l'événement

L'ÉVÉNEMENTIEL

DÉCEMBRE 2019 - JANVIER 2020

282

DOSSIER

POINTS DE VUE

GRAND ANGLE

Premier « Immersive Art Festival » à l'Atelier des Lumières

ACTUALITÉS

Le futur Grand Palais Éphémère



clients dans le management, la transformation de l'entreprise, la stratégie et sa mise en œuvre. C'est la force de notre métier que les annonceurs ont bien compris», expose Stéphane Abitbol, le président du groupe **S'cape** qui enregistre une croissance à deux chiffres sur ses trois métiers (corporate, santé et voyages). Un conseil qui n'est pas encore toujours bien perçu et rémunéré à sa juste valeur, ce que défendent les agences déjà depuis plusieurs années. «Notre travail est de proposer un mode de rémunération basé sur le triptyque création, temps - hommes, maître d'ouvrage, ce qui correspond à la professionnalisation, la montée en compétences de notre métier et un ROI de plus en plus précis», explique Mikaël Lavollé. Reste que sur un marché où le volume des affaires est en croissance, les agences éprouvent des difficultés à préserver leurs marges. «Le pourcentage des marges a encore baissé. Nous avons perdu un point en un an, s'inquiète Stéphane Abitbol. Cela s'explique par plusieurs raisons : des prix tirés par les services achats, certains annonceurs qui n'acceptent pas le mode de rémunération des agences et un périmètre d'événement pas toujours bien défini par le client. Une de nos réponses aujourd'hui est de nous structurer comme nos clients avec la création d'un service achats. Nous n'avons plus le choix !». Dans ce contexte, les agences cherchent des relais de croissance en produisant leurs propres événements (ou coproduction) comme récemment l'agence **OConnection** avec le Festival du bien manger – Rungis (cf. article p.16), fortes de leur savoir-faire et de leurs expertises sur un sujet. Par ailleurs, la vitalité du secteur s'exprime également à travers une augmentation du nombre des appels d'offres, «de l'ordre de +15% cette année, qui associent désormais à la partie logistique une forte dimension de contenu pour raconter une histoire plus cohérente sur tous les points de contact et animer les communautés», souligne Olivier Peulvast. Mais les conditions inhérentes aux appels d'offres ne sont pas sans conséquences sur l'économie des agences. «L'investissement financier des appels d'offres est de plus en plus important en matière de temps passé par nos équipes, de créativité et de coût. Nous travaillons souvent avec des compétences externes (scénographe, roughman, technique, contenu éditorial...) que nous devons rémunérer même si l'appel d'offres est perdu. Cet investissement affaiblit la rentabilité de nos agences», indique Céline Jolly, directrice de l'agence **Atipic** qui réalise un taux de transformation de 65% des appels d'offres. Phénomène récent auquel les agences sont confrontées aujourd'hui : «la perte sèche, rapporte Vincent Quenor, directeur associé de l'agence **Passage Piéton** et **Passage Enchanté**. Après avoir remporté un appel d'offres, il arrive que, deux mois après, le projet soit tout simplement annulé, parfois reporté en raison d'une baisse de performance de l'entreprise par exemple». Toujours est-il que dans cet environnement, les perspectives 2019-2020 sont étendues, portées par une ouverture du marché, une diversification du contenu et des compétences, l'intégration du digital, du social média, l'accroissement des mesures (data...) et surtout la quête de sens.

(1) Atout France, Unimev, L'événement, OTCP, Banque des territoires, la Direction Générale des Entreprises (DGE) du Ministère de l'Économie et des Finances et le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE).

DESTINATION STRASBOURG

Vos événements
au cœur de la capitale
européenne



PARIS À 1h46 DE TGV



PALAIS DES CONGRÈS



2021 : FUTUR PARC DES EXPOSITIONS
26 000 m² DE SURFACES COUVERTES



155 HÔTELS ET 9700 CHAMBRES

© KENGO KUMA & ASSOCIATES - IMAGE BY LUNANCE

Vous avez des questions ? Nous avons les réponses !

STRASBOURG
CONVENTION BUREAU
myStrasbourg.com

03 88 13 41 30 — contact@mystrasbourg.com