

TRIBUNE LIBRE

Frédéric BEDIN, directeur général du Public Système, président de l'ANAé et président de CroissancePlus.

« L'événement pour animer la croissance économique »

Chef d'entreprise et président de deux associations professionnelles, Frédéric Bedin nous explique pourquoi et comment la communication événementielle est une source de développement économique.

« Est-ce une chance ou une responsabilité ? Notre secteur sera un des moteurs de la croissance à court, moyen et long terme. Pris au sens large, en incluant les relations avec les publics et donc les salons, manifestations sportives et culturelles, le secteur va croître fortement et régulièrement. Pourquoi ? Parce que le marché de la communication des entreprises se bouleverse avec une atomisation des médias traditionnels, attiré irrémédiablement vers le web (y compris l'affichage et la presse qui, à terme, se liront sur des écrans).

Les entreprises auront un impérieux besoin de charneliser la relation avec les clients, mais aussi les collaborateurs, analystes financiers, prescripteurs, etc. Déjà en 2006 et 2007, on pouvait estimer que la croissance en valeur du marché de l'événement (environ +1Md €) a été équivalente à l'explosion du marché de la communication par Internet (+147 % mais aussi 1Md € environ) et cela rien que dans l'Hexagone. La France a les atouts pour capter cette manne au niveau européen. D'abord par des infrastructures touristiques haut de gamme qu'il conviendra bien évidemment de faire progresser rapidement. Ensuite, par le réseau de TGV en étoile qui est en train de se constituer pour faire converger les participants vers nous, de façon raisonnablement consommatrice d'énergie. Ensuite et surtout grâce à l'alliance d'un patrimoine culturel, d'un esprit de création associé au savoir-faire des agences et prestataires de communication. En cela, « l'exception culturelle » qui a su préserver une industrie cinématographique a aussi développé des savoir-faire artistiques et techniques dans le spectacle vivant qui seront des actifs pour le pays. Le régime des intermittents du spectacle y est évidemment pour beaucoup. Mais tout cela ne se fera pas sans un effort de la part de toute la filière.

La croissance ne se décrète pas, elle se provoque par l'investissement et l'innovation. Nous devons donc lancer des programmes de formation pour les étudiants



des grandes écoles, pour les techniciens et pour nos collaborateurs. Nous devons aussi professionnaliser nos relations sociales, même si ce n'est pas forcément notre industrie qui doit s'adapter à la loi mais plutôt les règlements qui doivent favoriser notre essor ; nous ouvrir sur l'international pour capter la clientèle « suprarégionale » qui émerge dans les grandes entreprises mondiales. Nous devons intégrer nous aussi les technologies Internet. La création d'événements sur les réseaux sociaux comme les futurs Second life ou l'événementialisation des contenus des futures chaînes de TV peuvent nous revenir si nous sommes assez inventifs.

Nous sommes donc au pied d'une montagne de prospérité pour nos entreprises, capables de fournir à la prochaine génération de collaborateurs des projets enthousiasmants. C'est une chance d'être là aujourd'hui mais une grande responsabilité de ne pas laisser passer cette opportunité, nos successeurs nous en voudraient. »