

NICOLAS TURPIN

PRÉSIDENT-FONDATEUR D'EKO EVENTS



© GUILLOUX JC

Que retenez-vous de la dernière décennie ?

La montée en puissance de la RSE : je ne peux pas vous dire le contraire puisqu'il s'agit de notre expertise depuis 13 ans, notre ADN. La demande est croissante depuis 10 ans mais avec des pics de prise de conscience souvent liés à la triste actualité climatique et/ou aux nouvelles lois. Depuis 2 ans, cette demande explose. Nous sommes ultra-sollicités et devons faire des choix. Le revers de la médaille est de voir d'autres agences s'engouffrer avec opportunisme et cynisme dans le marché alors qu'elles ne sont pas légitimes ou compétentes sur le sujet de l'écoresponsabilité. Les annonceurs devront être particulièrement vigilants sur le sujet s'ils veulent éviter le bad buzz. Dans un tout autre registre, ce que je constate, c'est le rééquilibrage du tout digital. Les marques ont vite compris que le tout digital n'était pas LA solution et que la rencontre physique devait rester le piédestal d'une action de communication événementielle. Le phygital est ainsi entré en force dans

notre métier. Un point marquant est la détérioration des relations annonceurs/agences. Je pensais que nous avions déjà atteint des sommets suite à la crise de 2007/2008 mais le fossé continue de se creuser. L'éthique, la déontologie, le respect des parties prenantes sont aussi des valeurs de la RSE qu'on peut appliquer au quotidien, dans son travail et pas uniquement sur une parution publicitaire ou son site internet. Il n'est plus possible d'interroger 8 agences pour un budget de 50000 euros, de demander à remplir un BPU de 1500 lignes... et qu'une agence accepte cela ; sans quoi rien ne changera jamais.

La nouvelle décennie ?

Elle sera durable et désirable. Mais il serait présomptueux de prédire le futur tant les bouleversements seront nombreux et importants. Plus que jamais, nous serons les interprètes de ce monde en pleine mutation. Nous devons toujours anticiper. Concernant l'écoresponsabilité appliquée à l'événementiel, de plus en plus d'événements feront

sens afin de nourrir les stratégies RSE des annonceurs. En revanche, attention au greenwashing événementiel qui serait destructeur d'engagement pour tout le monde. On va vers l'atomisation du marché avec des acteurs de plus en plus nombreux : micro-agences, free-lances capables de porter de gros projets... c'est l'ubérisation de notre métier. L'association L'ÉVÉNEMENT a un rôle énorme à jouer sur cet aspect. Aujourd'hui l'association fonctionne trop dans l'entre-soi, entre grosses

agences. Il faut rassembler plus large pour éviter des comportements individuels qui vont casser le marché (dumping social et financier, acceptation de conditions de consultation inacceptables...). AI, 5G, blockchain : autant de termes barbares mais qui vont révolutionner notre façon d'imaginer et produire les événements. L'interaction et l'hyper-connexion seront des terrains de créativité pour de nombreuses startups dans les années à venir. L'événementiel sera plus que jamais là pour accompagner les évolutions et les mutations de notre société comme il l'a toujours fait.

“
**PLUS QUE JAMAIS,
 NOUS SERONS
 LES INTERPRÈTES
 DE CE MONDE
 EN PLEINE MUTATION**
 ”



AG 2018 Groupe Leader : convention interne pour 350 salariés à l'Abbaye Royale de Fontevraud

© DAVID DARRAUT

eKO

L'ÉVÉNEMENT
DURABLE



EKO-EVENTS.FR

13 années d'engagement éco-responsable