

La parole à Hubert Dupuy, Directeur général de LÉCOLE



Publié le 09/04/2019

"Dans toutes mes présentations de LÉCOLE, je cite toujours UNIMEV et LÉVÉNEMENT parce que ce lien me donne du crédit : être connecté fortement aux besoins du secteur nous légitime"

Quel a été votre parcours, votre formation ?

J'ai l'habitude de dire que je me suis formé par le théâtre. Ce fut pour moi une très bonne école où j'ai pu développer beaucoup de compétences – production, mise en scène, éclairage, son, billetterie...

J'ai ensuite intégré le groupe La Poste dans une fonction commerciale ; j'accompagnais les conseillers financiers de quatre arrondissements parisiens et je me suis vu confier l'animation du partenariat France 98 !

Une sacrée belle aventure qui m'a permis de réellement prendre conscience que ce que j'aimais, c'était l'événement. J'ai ensuite rejoint l'agence *Comme Evénements* en tant que chargé du développement, et je m'y suis beaucoup épanoui pendant 4 ans. En 2003, j'ai eu l'occasion d'intégrer le comité d'organisation des championnats du monde d'athlétisme... Encore une super belle expérience ! Suite à quoi j'intègre *Barocco*, une agence de communication événementielle où je reste environ 4 ans.

En 2008, je crée l'Institut de l'événement, un organisme qui délivre des modules de formation aux professionnels de la filière événementielle, en formation continue (scénographie, créativité, etc.). À cette époque, je suis en contact avec de nombreux directeurs des ressources humaines du secteur qui me disent leurs difficultés à recruter de jeunes collaborateurs ; et ce malgré le fleurissement de Master 2 dédiés, et un secteur porteur qui séduit visiblement beaucoup. Si les contenus de formation semblent correspondre aux besoins des commanditaires, ils semblent moins en adéquation avec les attentes des organisateurs d'événements. Face à ce constat, je décide en 2016 de créer LÉCOLE au sein de l'Institut de l'événement.

Qu'est-ce qui rend LÉCOLE unique ?

Pour qu'elle réponde au mieux aux attentes du secteur, je me suis très vite rapproché des organisations professionnelles que sont *UNIMEV* et *L'ÉVÉNEMENT* ; elles ont partagé le constat et décidé d'investir dans le projet. Elles sont aujourd'hui les deux principaux actionnaires. 43 entreprises ont également rejoint l'aventure ; elles soutiennent financièrement LÉCOLE et représentent toutes les sensibilités de la filière : les destinations, les organisateurs, les agences, les sites ou encore les prestataires de services.

La SAS a été créée en 2016, et une première promotion de 16 étudiants aventuriers a débuté la formation en septembre 2017 pour un cursus de deux ans. Je leur tire mon chapeau car il y avait une certaine prise de risque à intégrer cette école d'un nouveau genre, où tout était à prouver ! 21 nouveaux venus ont démarré en septembre 2018 et visiblement les échos sont bons, dans les organisations qui accueillent nos étudiants, comme dans la promotion.

Notre école repose sur trois partis pris qui font toute son originalité dans le paysage des formations qui peuvent exister.

C'est d'abord l'*event thinking school* c'est à dire que les méthodes d'apprentissage reposent sur les principes du *design thinking* où l'utilisateur final de l'innovation est au cœur du dispositif ; elle laisse autant de place à l'intuitif qu'à l'analyse.

C'est ensuite une école nomade : les étudiants réalisent leur formation *in situ*, sur des sites événementiels ; le Théâtre Mogador, le festival de Cannes ou celui de Deauville, les sites de Viparis, de la Mutualité, de Chateaufort, le Campus Microsoft, ou encore l'Hyatt porte Maillot, font partie de nos sites partenaires. Rendez-vous compte que nos 2^e années auront fait des repérages techniques complets sur 47 sites événementiels ! Quelle autre formation peut se prévaloir d'une telle immersion ?!

Enfin, la moitié des cours sont dispensés en anglais. Les étudiants sont recrutés avec un minimum Bac + 3 et la formation a lieu sur deux ans – cours de septembre à décembre, et stage de janvier à juin – et les stages sont réalisés dans des positions événementielles dès la première année.

Quels défis doit relever cette jeune structure de formation qu'est LÉCOLE?

Il est compliqué de se battre sans notoriété... Si je devais résumer notre position: nous sommes de vaillants fantassins, motivés et convaincus du modèle que nous proposons, mais en matière de recrutement, nous luttons contre des armées entières, des écoles qui ont un tiers de leur budget à 7 chiffres dédiés à la communication. Nous sommes loin d'avoir cette force de frappe ! C'est pourquoi nous attendons beaucoup du réseau professionnel, pour qu'il fasse la promotion de *LÉCOLE* auprès de ses adhérents, partenaires ou actionnaires. Sur ce point, je suis prêt à faire une tournée, à la carte, en fonction des demandes.

Dans toutes mes présentations de *LÉCOLE*, je cite toujours *UNIMEV* et *LÉVÉNEMENT* parce que ce lien me donne du crédit : être connecté fortement aux besoins du secteur nous légitime.