# LA PAROLE À OLIVIER DUMONT, DIRECTEUR DU VIPARIS EVENT LAB

Publié le 03/04/2015

Les événements d'aujourd'hui ont une tendance naturelle à se diversifier et à se mélanger (congrès avec exposition, workshops, conférences sur des salons, etc.), il faut surtout inventer de nouveaux modes opératoires, de nouvelles relations avec les clients.

**Comment votre carrière vous a mené à la direction de ce nouveau département ?**

En réalité j'ai eu trois carrières ! Formé par les ministères de la culture, de la jeunesse et des sports, j'ai commencé par diriger et coordonner **des équipements culturels** à Paris (bibliothèques, centres culturels), avec notamment la zone Chemetov des Halles dans les années 80.

Ensuite, je suis entré **en politique** par les hasards de la vie, en devenant directeur de cabinet d'un certain nombre d'élus parisiens (directeur de cabinet du Maire du 1er arrondissement puis adjoint au Maire de Paris) ; je ne connaissais rien à la politique mais j'étais stimulé par l'expérience de gestion, de développement et d'innovation, par la vie de la cité ainsi que par les compétences qu'on y développe.

Dans les années 2000, j'ai rejoint le Pôle Congrès et Expo d'UNIBAIL qui venait d'acquérir le CNIT et le Carrousel du Louvre. Après l'acquisition de 6 sites et la fusion avec la CCIP, VIPARIS était né ! J'en suis devenu le **directeur corporate et événementiel**. Ainsi, après la passion de la culture et de la politique, j'ai été piqué par la passion de l'événement !

Durant ces 14 années, nous avons initié des expériences, testé des typologies de modèles atypiques pour des manifestations qui historiquement ne se tiennent pas sur nos sites, ou des usages non conventionnels de nos sites. Or ces expériences ont bien souvent été des succès ! **Nous nous sommes alors demandés : pourquoi ne pas créer un département dédié ?**

J’ai alors quitté la Direction corporate / événementiel et pris la tête, avec une petite équipe, de ce nouveau « Viparis Event Lab », au sein de la Direction Commerciale.

**Comment fonctionne ce nouveau service ?**

Il s’agit d’un véritable laboratoire : prospective, création de manifestations, actions de benchmark au niveau national, européen et international et réflexion sur les systèmes de gestion, les concepts, les business models.

Nous ne nous limitons pas bien entendu à la prospective : nous accompagnons les entreprises dans leur développement.

Nous avons trois grandes priorités de développement pour l’année 2015 :

Tout d’abord, **poursuivre les expositions grands publics** qui, tout en proposant un loisir familial, éducatif et créatif de qualité, permettent d’occuper les périodes de vacances des sites d’exposition classiques. Ces expositions grand public, qui se tiennent sur le site de la Porte de Versailles, commencent à rentrer dans les habitudes des visiteurs. Leur modèle économique est différent du modèle classique de loyer et de prestation. Ces expositions doivent donc répondre à une exigence de durée et de qualité. Un beau challenge pour notre département, qui proposera cette année l’exposition « The Art of the Bricks », et une exposition sur Lascaux.

Ensuite, nous souhaitons développer **une nouvelle approche de l’événement sportif** en détournant les lieux classiques. Que ce soit l’organisation de véritables shows comme le match de basket au Palais des Congrès en 2012, ou encore le festival des Arts Martiaux anciennement au Palais Omnisport de Bercy et qui a eu lieu également au Palais des Congrès.

Enfin, nous souhaitons remettre l’événement et **la rencontre au cœur des communautés** : par exemple l’organisation de ventes aux enchères, ou encore la tenue des bureaux de vote pour les turcs expatriés à Paris lors de leurs élections présidentielles (Paris Nord Villepinte 2014).

Indépendamment de ces trois grandes directions, le Viparis Event Lab travaille à l’accueil de **grands événements internationaux**. Notre service assure par exemple la coordination et l’accompagnement de la future Conférence sur le Climat (COP 21) à Paris Le Bourget en décembre 2015.

**Comment votre carrière vous a mené à la direction de ce nouveau département ?**

En réalité j’ai eu trois carrières ! Formé par les ministères de la culture, de la jeunesse et des sports, j’ai commencé par diriger et coordonner **des équipements culturels** à Paris (bibliothèques, centres culturels), avec notamment la zone Chemetov des Halles dans les années 80.

Ensuite, je suis entré **en politique** par les hasards de la vie, en devenant directeur de cabinet d’un certain nombre d’élus parisiens (directeur de cabinet du Maire du 1er arrondissement puis adjoint au Maire de Paris) ; je ne connaissais rien à la politique mais j’étais stimulé par l’expérience de gestion, de développement et d’innovation, par la vie de la cité ainsi que par les compétences qu’on y développe.

Dans les années 2000, j’ai rejoint le Pôle Congrès et Expo d’UNIBAIL qui venait d’acquérir le CNIT et le Carrousel du Louvre. Après l’acquisition de 6 sites et la fusion avec la CCIP, VIPARIS était né ! J’en suis

devenu le **directeur corporate et événementiel**. Ainsi, après la passion de la culture et de la politique, j'ai été piqué par la passion de l'événement !

Durant ces 14 années, nous avons initié des expériences, testé des typologies de modèles atypiques pour des manifestations qui historiquement ne se tiennent pas sur nos sites, ou des usages non conventionnels de nos sites. Or ces expériences ont bien souvent été des succès ! **Nous nous sommes alors demandés : pourquoi ne pas créer un département dédié ?**

J'ai alors quitté la Direction corporate / événementiel et pris la tête, avec une petite équipe, de ce nouveau « Viparis Event Lab », au sein de la Direction Commerciale.

**Comment fonctionne ce nouveau service ?**

Il s'agit d'un véritable laboratoire : prospective, création de manifestations, actions de benchmark au niveau national, européen et international et réflexion sur les systèmes de gestion, les concepts, les business models.

Nous ne nous limitons pas bien entendu à la prospective : nous accompagnons les entreprises dans leur développement.

Nous avons trois grandes priorités de développement pour l'année 2015 :

Tout d'abord, **poursuivre les expositions grands publics** qui, tout en proposant un loisir familial, éducatif et créatif de qualité, permettent d'occuper les périodes de vacances des sites d'exposition classiques. Ces expositions grand public, qui se tiennent sur le site de la Porte de Versailles, commencent à rentrer dans les habitudes des visiteurs. Leur modèle économique est différent du modèle classique de loyer et de prestation. Ces expositions doivent donc répondre à une exigence de durée et de qualité. Un beau challenge pour notre département, qui proposera cette année l'exposition « The Art of the Bricks », et une exposition sur Lascaux.

Ensuite, nous souhaitons développer **une nouvelle approche de l'événement sportif** en détournant les lieux classiques. Que ce soit l'organisation de véritables shows comme le match de basket au Palais des Congrès en 2012, ou encore le festival des Arts Martiaux anciennement au Palais Omnisport de Bercy et qui a eu lieu également au Palais des Congrès.

Enfin, nous souhaitons remettre l'événement et **la rencontre au cœur des communautés** : par exemple l'organisation de ventes aux enchères, ou encore la tenue des bureaux de vote pour les turcs expatriés à Paris lors de leurs élections présidentielles (Paris Nord Villepinte 2014).

Indépendamment de ces trois grandes directions, le Viparis Event Lab travaille à l'accueil de **grands événements internationaux**. Notre service assure par exemple la coordination et l'accompagnement de la future Conférence sur le Climat (COP 21) à Paris Le Bourget en décembre 2015.

D'après moi, la force de Viparis c'est de ne pas avoir peur de créer le marché de demain ! Les événements d'aujourd'hui ont une tendance naturelle à se diversifier et à se mélanger (congrès avec exposition, workshops, conférences sur des salons, etc.), il faut surtout inventer de nouveaux modes opératoires, de nouvelles relations avec les clients.

**Votre meilleur souvenir d’événement ?**

Il y a 20 ans, Levis avait organisé une grande exposition, passionnante et spectaculaire, à l’occasion de ses 100 ans. Levis était une marque qui avait une identité et une histoire sur lesquelles capitaliser ; aujourd’hui les entreprises ou communautés organisent bien souvent des événements à destination des professionnels et du grand public, plaçant le concept de marque au centre du dispositif.

**Mais pour être honnête, mon meilleur événement, c’est celui que je n’ai pas encore vécu !**

*Nous remercions Olivier DUMONT pour sa disponibilité.*