

LA PAROLE À VINCENT DUMONT, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CHAÏKANA



Publié le 30/09/2015

Aujourd'hui, notre rapport à l'information a changé et nos capacités d'écoute et de concentration évoluent ; le participant à un événement ne veut plus être simplement auditeur mais également acteur.

Vincent DUMONT, quel était ce projet et ses spécificités ?

Nous organisons depuis déjà 7 ans la convention annuelle d'ALD Automotive, quand nous avons décidé de rompre avec le format habituel, non pour simplement « casser les codes », mais pour proposer aux participants un concept qui corresponde davantage à l'évolution des usages.

Aujourd'hui, notre rapport à l'information a changé et nos capacités d'écoute et de concentration évoluent ; le participant à un événement ne veut plus être simplement auditeur mais également acteur.

En pratique, nous avons bâti un nouveau format de rencontre tout en répondant aux objectifs habituels d'une convention (informations, perspectives, messages corporates, fierté d'appartenance, motivation...) notamment en limitant les prises de paroles « descendantes », en proposant un parcours expérientiel à travers les nouvelles technologies et les outils digitaux de demain, le tout dans une mise en scène originale et immersive de l'événement. **En un mot, en laissant une grande part d'initiative aux participants.**

Les conditions pour réussir ce type de « format de rupture » ? **Un client qui a confiance et avec qui l'on partage une approche et une envie commune de bouger les lignes.** En effet, les annonceurs doivent avoir une démarche volontariste ; les agences regorgent souvent d'idées, mais font face à des annonceurs qui vont préférer in fine ne pas prendre le risque d'un nouveau format. Dans notre cas, la complicité et la confiance développées avec ALD au fil des années étaient vraiment fondamentales dans le succès de l'opération : nous aurions probablement hésité à proposer ce concept dans le cadre d'un appel d'offres par exemple.

Parlez-nous de CHAIKANA.

CHAIKANA, c'est le projet d'une vie ! Nous avons créé l'agence avec des amis d'enfance en sortant de l'école au début des années 90. En 23 ans, nous avons connu plusieurs vies et nous nous sommes enrichis au gré de nouvelles rencontres ; nous proposons aujourd'hui des expertises complémentaires et connexes à l'événement et sommes articulés autour de trois métiers : le consulting, l'expression et l'événement.

Mais une chose n'a pas bougé : **des valeurs et un ADN forts, construits au fil du temps et des rencontres, qui placent la RELATION au cœur de tout.** Je vous invite à [aller voir cette vidéo](#) qui affirme clairement ce positionnement !

Nous commençons à réfléchir également à **la transmission de l'agence** et des valeurs qu'elle porte. Nous avons créé une identité si forte et si personnelle que l'on veut la voir perdurer, mais je sais que c'est un cheminement qui prendra du temps !

C'était votre première participation aux Prix des Métiers de l'Événement ; un avis sur la filière et sur les associations qui la représentent ?

Tout d'abord, je me réjouis de la création de [LEVENEMENT](#), qui va aider à **combler le déficit de visibilité et de lisibilité** que constituait la coexistence de trois associations distinctes pour les agences, que ce soit chez nos clients ou pour l'ensemble des acteurs du métier.

Mais si la création de cette nouvelle association va permettre de donner plus de cohérence et de liant à la chaîne des acteurs de l'événement (agences, conseils, productions, prestataires, lieux, organisateurs, etc.), elle gagnera à nouer **un vrai dialogue avec les annonceurs**, qui ont un rôle clef à jouer dans l'évolution de la filière. Au-delà du « business », il y aurait une vraie richesse à travailler et réfléchir tous ensemble !

Nous remercions Vincent DUMONT pour sa disponibilité.

[Retrouvez tous les lauréats des Prix des Métiers de l'Événement](#)