

RENCONTRE AVEC FANNY CATUSSE, CHARGÉE DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DE BREST'AIM EVENTS



Publié le 06/12/2017

"Certes sur le papier, ma mission, c'est de vendre des lieux ! Mais un organisateur ne cherche pas une salle, il cherche une destination, c'est pour cela qu'il nous semblait si important de placer le conseil au centre de notre marque."

Fanny Catusse, chargée du développement commercial de Brest'Aim Events, lauréate du SYT d'Or, 2017 catégorie Brand&Com

Une stratégie de développement, une nouvelle organisation, une offre commerciale enrichie ... Brest'aim est une société d'économie mixte reconnue pour sa gestion performante des grands équipements appartenant à Brest métropole. Intégrant aussi bien les problématiques du secteur public que celles du privé, elle anime, met en relation et développe de nombreux réseaux d'acteurs dans différents domaines : économique, culturel, scientifique, scolaire, sportif, événementiel... Pour conforter sa vocation de producteur et organisateur d'événements et accompagner la création de cette nouvelle offre événementielle innovante, Brest'aim lance sa marque « Brest'aim Events ». En s'appuyant sur le savoir-faire de ses équipes et la diversité de huit lieux d'exception (Brest Arena, Brest Expo, La Recouvrance, Le Quartz, Le Rinkla Stadium, Océanopolis, La Marina du Château, La Marina du Moulin Blanc) ; Brest'aim Events met à la disposition des organisateurs d'événements un interlocuteur unique.

Qu'est-ce qui vous a motivé dans le développement de ce projet ?

Brest'aim Event est le regroupement stratégique de 8 équipements brestois à l'ADN très distinctes, un peu concurrents mais appartenant au même groupe, avec chacun ses spécificités, son public de prédilection et ses contraintes. Cette mutualisation constitue une grande richesse et me permet d'avoir une démarche de prospection pour tous. En effet, quand on attire un congrès d'un millier de personnes sur plusieurs jours, tout le monde en bénéficie. J'ai été embauchée pour développer cette marque mise en place il y a plus d'un an. Ce qui m'a réellement séduite ? Je suis brestoise ! C'est une marque de territoire et j'aime ma ville, j'aime ma région, et cette plateforme commerciale qui permet d'offrir visibilité, conseil et accompagnement ne pouvait être plus stimulante !

Quelles ont été les meilleurs moments de la création de Brest'aim Events ?

Le lancement de la marque, avec l'Eductour a été un vrai temps fort : chaque équipement faisait venir ses contacts, son réseau et chacun a vraiment choisi de jouer collectif et proposer une réelle expérience de destination. Plus récemment, le SYT d'Or que nous avons reçu est venu couronner une vraie démarche collective et cette reconnaissance de nos pairs a permis de poser un "point final" en légitimant notre démarche et le travail des équipes. Cela nous a beaucoup aidé pour finaliser et pérenniser la mise en place de la plateforme. Maintenant que cette phase de légitimation et de visibilité s'achève, nous allons pouvoir lancer la seconde phase de prospection pour attirer sur le territoire !

En 2017, qu'est-ce que vendre un lieu ?

Certes sur le papier, ma mission, c'est de vendre des lieux ! Mais un organisateur ne cherche pas une salle, il cherche une destination, c'est pour cela qu'il nous semblait si important de placer le conseil au centre de notre marque. Nous nous appuyons sur la stratégie métropolitaine de marketing territoriale déjà en place depuis quelques années.

Et au-delà du lieu, nous vendons une expérience ; certains de nos équipements sont des expériences en soi, comme la Recouvrance (voilier), mais pas tous, aussi nous avons créé un groupe de travail avec un représentant de chaque lieu afin de développer une offre forte pour chacun, ainsi que des produits packagés expérientiels. Cela dépasse notre cœur de métier donc nous nous sommes entourés de professionnels mais nous ne voulons plus être de simple "référenceurs" de prestataires en proposant directement des packages. L'idée n'est pas de remplacer les organisateurs ou les agences, mais bien de leur faciliter la tâche en capitalisant sur notre connaissance des potentialités de nos lieux pour faire rêver et pourquoi pas faire revenir ! Aujourd'hui, avec des événements de plus en plus courts et une attente de plus en plus forte, il faut réussir à faire "rentrer" la destination dans l'équipement...dans le fond nous faisons du vrai marketing territorial !

Quel est votre parcours ?

J'ai commencé ma carrière par un BTS commerce international à Brest, puis en école de commerce à Bordeaux (ECE – Groupe INSEEC), et enfin une spécialisation en M2 "communication événementielle et promotionnelle". Pourquoi ? J'avais fait mon stage de fin d'étude en communication événementielle chez un

créateur de mode (organisation de défilés) et cela m'avait beaucoup plu ! J'ai ensuite enchaîné sur une alternance dans une "boîte" de production audiovisuelle, celle de la tournée de l'émission Intervilles où je faisais partie de l'équipe de production. J'y ai vécu un de mes plus beaux souvenirs d'événement, l'émission dans les arènes de Nîmes avec près de 12 000 personnes dans une ambiance festive incroyable et le sentiment prégnant de "faire partie de la machine et du moment". Après cette belle expérience, je suis passée par une petite agence puis enfin Auditoire comme chargée de logistique.

A ce moment-là, l'appel de la Bretagne s'est fait ressentir ; j'ai d'abord rejoint un gros traiteur du Finistère avec lequel on organisait 150 mariages par an avant d'être embauchée par Brest'Aim Events ! Quelque part, la boucle est bouclée et je peux enfin allier attachement territorial et professionnel. Après le déploiement de Brest'aim Events au niveau national, nous allons commencer à envisager le développement à l'international, en rejoignant notamment l'ICCA. En effet, Brest n'est pas forcément une destination à laquelle on pense spontanément au niveau national mais plusieurs pôles d'excellence y sont implantés ce qui attire bien souvent les congrès. Pour cette clientèle internationale, nous mettrons surtout en avant la qualité de l'accompagnement, la facilité d'organisation et le rapport qualité/prix de notre belle destination !

Comment voyez-vous l'événement de demain ?

Définitivement, il ne s'agira plus d'"assister" mais de "participer" à un événement ; multiplication des petits espaces de travail, façon décroisée de concevoir les événements, plus de partages et moins de top-down, plus d'ateliers participatifs... En tant que gestionnaire de lieu, il faut prendre la mesure de cette tendance et s'adapter, ce qui n'est pas toujours simple car nos lieux ne sont précisément pas conçus sur ce type de modèles ! Mais j'ai la chance, dans ma mission, de participer à de nombreux événements – comme le SYT-SeeYouThere – ce qui me permet de faire de la veille sur les tendances et d'en faire bénéficier les équipements, très impliqué dans l'opérationnel. Cette casquette de veille&innovation me semble indispensable dans nos métiers !

Le mot de la fin ?

Inspiration, authenticité, réassurance : respirez, vous êtes à Brest !

Nous vous remercions pour votre disponibilité.