

TÉMOIGNAGE DE LIONEL MALARD, FONDATEUR DU CABINET CONSEIL ARTHÉMUSE



Publié le 08/07/2019

Réunir les hommes pour qu'ils vivent, travaillent, collaborent, signent du business, s'amuse, refassent le monde... ensemble, c'est le quotidien et l'art noble de notre secteur !

Quel a été votre parcours professionnel jusqu'à aujourd'hui ?

Il est depuis 27 ans en très grande proximité avec le secteur événementiel ! Après l'ISC Paris, quelques mois comme consultant dans un des *big five* des cabinets conseils et un Mastère à l'ESCP, je remporte presque par hasard un concours de jeunes journalistes avec, à la clé, un CDD à Europe 1 ; une école fabuleuse pour apprendre un métier passionnant. Cette première expérience a inauguré une période de 8 années comme pigiste indépendant, pendant laquelle je me suis vite spécialisé, par passion, dans l'économie du sport et de la culture. Nous sommes dans les années 1990, qui voient les grands événements sportifs et culturels, mais aussi corporate, grandir et se professionnaliser. Derrière eux, un écosystème se structure, des agences, prestataires, producteurs, organisateurs de salons, gestionnaires de sites... se développent, les territoires commencent à trouver dans l'événementiel un relais d'attractivité et de développement économique et les entreprises à considérer l'événement comme un outil de communication et de management stratégique et pertinent. Je suis alors un témoin privilégié et rends compte, via les médias de l'époque, de la structuration et de la croissance d'un marché. Je donne ainsi la parole à celles et ceux qui les incarnent. En 2000, Havas Sports, propriétaire du groupe de presse L'Événementiel, éditeur du magazine du même nom, me propose de prendre la codirection de l'entreprise. J'y reste 5 ans. L'équipe était top et nous avons abattu un travail colossal pour positionner *L'Événementiel* comme le media leader du secteur, avec une vraie qualité rédactionnelle, tout en assurant croissance de son chiffre d'affaires, influence dans le secteur, et rentabilité économique.

En 2005, vous changez de métier tout en restant proche du secteur. Vous fondez le cabinet conseil Arthémuse ? Qu'est-ce qui le singularise ?

Effectivement, 2005 marque le début d'une aventure entrepreneuriale. Jacques de La Guillonnière, actuel président de Novelty, et ses associés de l'époque, me demandent de les accompagner dans la structuration de leur stratégie de communication et de développement. C'est la toute première mission confiée à Arthémuse. Depuis 14 ans, des dizaines d'autres collaborations se sont succédé, comme avec Accor, Auditoire, Aktuel ou la Cité de la Mode et du Design, les start-ups du French Event Booster ou encore la Principauté de Monaco et Viparis.

Cabinet conseil en stratégie et en marketing, spécialisé uniquement sur les marchés de l'événementiel au sens large et du tourisme d'affaires, Arthémuse est composé de 3 consultants (bientôt 4 !) qui accompagnent les acteurs de l'écosystème dans leur problématiques stratégiques ou opérationnelles. Avec notre positionnement à la fois au cœur de la filière mais aussi d'observateur de l'ensemble de l'écosystème, nous proposons une mise en perspectives originales. Les missions sur lesquelles nous intervenons sont donc très variées : repositionnement ou transformation stratégique, recherche de relais de croissance ou de partenaires, rapprochement d'entreprises ou d'activités, conception et animation de stratégie marketing ou de communication, campagne de relations publiques ou médias... Nous intervenons aussi pour donner notre vision du marché et révéler ses tendances. Enfin, nous alimentons notre connaissance du marché par des rencontres régulières avec les donneurs d'ordres en événement dont nous suivons précisément l'évolution du comportement d'achat.

Quelles sont vos convictions sur le marché de l'événement ?

Le secteur événementiel entre dans une dynamique très positive. Pour une raison fondamentale, à mon avis : nous sommes dans une période où la volonté de remettre l'Humain au centre des politiques, des stratégies, des organisations... n'a jamais été aussi prégnante. Et la « matière première » de l'événement a toujours été l'Humain ! Réunir les hommes pour qu'ils vivent, travaillent, collaborent, signent du business, s'amuse, refassent le monde... ensemble, c'est le quotidien et l'art noble de notre secteur ! Dans ce contexte, les événements peuvent constituer les meilleures plateformes pour accompagner les grandes transformations sociétales. À deux conditions : d'abord, que les professionnels imaginent de nouvelles organisations, de nouveaux formats, de nouveaux contenus... pour renouveler sans cesse l'expérience des participants ; enfin, qu'ils prouvent l'efficacité du média événement et la nature positive de ses impacts. Créer systématiquement de la valeur et mesurer précisément les apports pour les parties prenantes sont, pour moi, indissociables du développement de l'événement. Et là, il y a un peu de boulot... Unimev s'est d'ailleurs saisi depuis quelques années de toutes ces problématiques avec ambition et vigueur, et c'est une des raisons pour lesquels Arthémuse a décidé d'y adhérer.

Vous co-animez le prochain congrès See You There et avez participé à sa programmation. Qu'est-ce qui fait, pour vous, le sel de cet événement et que pouvez-vous nous dire sur cette édition 2019 à Bordeaux ?

Toute communauté a nécessairement besoin de lieux et de temps de respiration où ses acteurs peuvent échanger, débattre, s'inspirer... en live, dans un environnement convivial. Les représentants des métiers de l'événement le savent mieux que quiconque ! See You There est une des rares plateformes de notre filière où cela est possible. Unimev m'a effectivement sollicité pour participer à l'élaboration du contenu de l'édition 2019 et co-modérer les différentes séquences. J'ai beaucoup de plaisir à travailler sur le sujet avec les équipes de la fédération et l'ICD Business School, et je suis ravi que Corinne Denuet, directrice de La Baule Événements, une des professionnels les plus aguerris de notre écosystème, apporte toute son expérience et sa réflexion dans la modération du contenu. Nous avons voulu que le programme soit un temps de prise de recul sur nos activités, mais aussi de partage de nos réflexions et de nos expériences. Les 23 speakers sont tous des acteurs de la

transformation du monde, des organisations et des événements. Ils témoigneront de la nécessité de « Réinventer les modèles » autour de trois enjeux forts : l'engagement citoyen, l'audace internationale et l'exploitation des data, que nous voulons montrer comme des relais pertinents de croissance, de création de valeur et de sens.