



LES FUTURS DE L'ÉVÈNEMENT

La revue exploratoire

Challenges Étudiants UNIMEV,
Édition 2020.

**« LE MEILLEUR
MOYEN DE PRÉVOIR
LE FUTUR C'EST DE
LE CRÉER. »**

PETER DRUCKER



Si le Covid-19 a mis à mal bon nombre de secteurs de l'économie à travers le monde, le secteur de l'événementiel a été particulièrement touché car privé de ce qui fait sa force : la rencontre physique.

Ce qui est inhabituel dans cette situation, c'est que le COVID-19 a changé les règles du jeu en quelques jours et non en quelques années.

Comment le secteur de l'évènement peut-il transformer l'incertitude en source d'opportunité et de transformation positive ?

Depuis 4 ans, UNIMEV organise des Challenges étudiants avec des écoles partenaires selon le principe de la «confrontation positive» entre professionnels et futurs talents.

Dans un contexte de préparation de l'après-crise, ce sont des Challenges étudiants repensés qui doivent désormais permettre de réinventer les rencontres événementielles en tant que vecteurs de développement et de transition des entreprises, des filières, des communautés d'acteurs et des territoires.

L'édition 2020 sera celle de l'expérimentation de nouvelles postures et approches de travail afin de mieux appréhender le long terme. Elle doit ainsi permettre de créer des outils et des modes d'actions pour penser l'après.

« La crise sanitaire du Covid19 et l'empêchement pendant plusieurs mois des rassemblements a totalement bouleversé le secteur de l'événement et ses entreprises en 2020 »

Face à l'incertitude, il n'y a pas un seul avenir à prédire mais plusieurs futurs à préparer. Plutôt que d'imposer notre vision des transformations des événements, l'approche mise en place dans le cadre des challenges étudiants 2020 consistait à générer une diversité de visions prospectives contrastées pour appréhender les transformations événementielles au regard de projections de la société à venir et les territoires d'opportunités qui s'offrent à eux. En ouvrant ainsi les champs de vision, nous sortirons du conformisme des représentations actuelles et imaginerons les designs de rencontres événementielles de demain.

Martin Lauquin
Coordinateur de l'exploration des Futurs de l'événement

Vincent Larquet
Responsable des Challenges étudiants UNIMEV



Retrouvez le making-of de l'exploration
<https://youtu.be/5f8EYYqM70Y>

ZOOM SUR LES CHALLENGES ÉTUDIANTS 2020

Cette année, 3 établissements partenaires ont joué le jeu de ces Challenges repensés.

La mission se voulait ambitieuse : imaginer de nouveaux modes d'actions pour penser l'après, dégager des opportunités et faire des rencontres événementielles des vecteurs de transition des entreprises, des filières, des communautés d'acteurs et dans les projections de sociétés utopiques ou dystopiques.



Pendant 2 mois, 17 équipes de 2 à 4 étudiants ont été accompagnées dans la création d'un démonstrateur de l'événementiel de demain pour débattre des « futurs souhaitables » de la profession. Différents ateliers de design fiction ont permis d'appréhender les multiples avenir possibles de la profession sur la base de thématiques à fort potentiel de transformation et d'innovation de la société. Un travail de maquettage de démonstrateurs de 2030 a permis de **matérialiser « ce que pourrait être l'événement de demain » et de provoquer le questionnement auprès de professionnels pour en tirer des propositions d'actions à approfondir et expérimenter dès demain.**

Les démonstrateurs sont présentés dans la suite du document pour matérialiser les défis et les impacts pour les entreprises événementielles.



Des Challenges Étudiants animés par le collectif Making Tomorrow

Making Tomorrow est un collectif de makers, de designers, d'anthropologues, d'auteurs de science-fiction, de prospectivistes et d'économistes qui jouent avec le futur.

Parce que ce qui va arriver n'est jamais tout à fait ce à quoi on s'attend, le collectif imagine et maquette des versions de l'avenir qui se démarquent des visions dominantes pour en éprouver les limites. Et décider quelle direction choisir concrètement. Dès demain.



À PROPOS DES ÉCOLES PARTICIPANTES



La vision de Jean-Nicolas Mannoni, Responsable des relations extérieures et des partenariats

« La filière événementielle a une opportunité sans précédent, devenir une actrice du renouveau sociétal, une créatrice de souhaitables par la rencontre, le partage, l'innovation et l'expérimentation. Les futurs mesurables profiteront indissociablement à la société civile, aux communautés, aux territoires et aux industries rassemblées pour se divertir, apprendre, se développer et contribuer à des enjeux supérieurs. »



La vision de Hubert Dupuy, Directeur général

« Être étudiant en événementiel en 2020, voilà un challenge ! Merci UNIMEV de leur donner l'opportunité de réfléchir aux futurs plausibles et surtout désirables. C'est une chance formidable pour ces étudiants qui, s'ils ont déjà la passion de nos métiers chevillée au corps, s'interrogent légitimement sur l'avenir de leur filière et vous proposeront des sujets de prospective qui ressembleront aux attentes de leur génération. »

ens aama

école nationale supérieure des arts appliqués et des métiers d'art

La vision de Sylvie Marc, référente du DSAA Communication de marques et Design global

« L'événement est mort ? vive le futur de nos métiers ! »

Nos jeunes étudiants inventeront l'avenir de notre profession à nos côtés. Ils nous bousculeront, nous choqueront même en imaginant des possibles qui remettront en cause nos habitudes et nos certitudes. Ils imaginent un événement hybride, ouvert, responsable, interdisciplinaire, transversal, inclusif, sensible, respectueux et utile. Ils le pensent comme une expérience fertile, une dynamique sociétale majeure répondant aux questionnements humains et aux enjeux mondiaux.

Ils le rêvent comme une composante fédératrice de nos communautés, un acteur essentiel de nos quotidiens, de nos vies, de notre futur. Faisons leur confiance, ils savent le monde de demain.

LE DESIGN FICTION EST UNE MÉTHODE DE PLUS EN PLUS UTILISÉE PAR LES ORGANISATIONS POUR MAQUETTER ET TESTER LEURS FUTURS.

Projeter les évolutions du monde en les matérialisant de manière tangible permet de mieux comprendre la réalité dans laquelle nous nous engageons. Tester ces hypothèses de futurs possibles contribue à orienter les transformations à entamer dès aujourd'hui, en se posant les bonnes questions et en développant son regard critique, afin de s'orienter vers des futurs choisis et non subis.

En partenariat avec des experts de ces approches, les étudiants ont appliqué les outils du design fiction aux problématiques d'organisation pour appréhender et comprendre les multiples futurs possibles, et ainsi identifier les territoires d'opportunités qui s'offrent à vous.

ÉTAPE 1. S'IMMERGER À 15 ANS

Au cours d'ateliers de co-construction inter-écoles, les étudiants ont été amenés à manipuler les outils du design fiction et à identifier un thème d'exploration prioritaire. Ceci s'est fait au travers d'une immersion dans les imaginaires de l'Événement.



ÉTAPE 2. PROJETER LES ENJEUX

Chaque équipe a maqueté un démonstrateur de l'événement de demain. Ces maquettes ont fait l'objet de mises en scène spécifiques (vidéos prospectives, saynètes, plaquettes d'un congrès du futur, etc) pour sortir du conformisme des représentations actuelles et générer du débat.



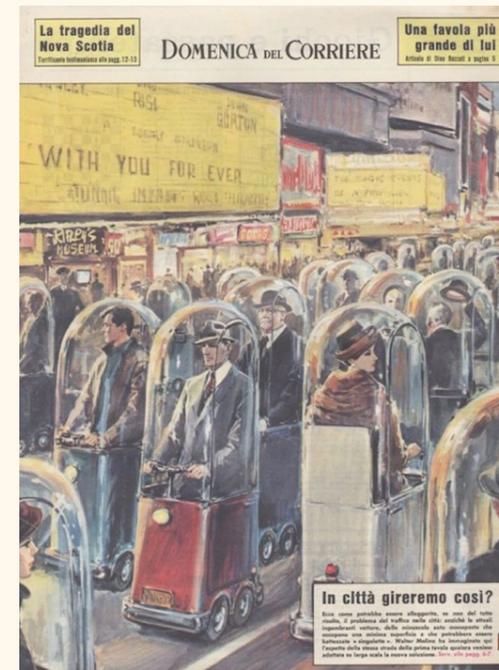
ÉTAPE 3. FAVORISER LE DÉBAT

L'ensemble des expériences et des démonstrateurs imaginés ont été restitués à un jury constitué de professionnels de l'événement pour matérialiser les impacts sur leurs activités, leurs missions, et prendre en compte le point de vue de leurs publics cibles.



VERS DE NOUVEAUX IMAGINAIRES ÉVÉNEMENTIELS

1962 - WALTER MOLINO



Matrix, Avatar, Alien... En termes de design fiction, les réalisateurs ont souvent tendance à imaginer le futur de manière similaire. Mais ce n'est pas parce qu'elles sont récurrentes que ces visions de l'avenir sont les plus justes du point de vue de l'anticipation, ni que ce sont celles qui proposent les formes les plus naturelles ou les plus évidentes. En revanche, ces visions questionnent notre manière de créer et de fabriquer, voire d'innover. Notre imagination semble ainsi limitée à la création de lignes d'objets, notre volonté d'innover s'arrêtant à la simple amélioration de l'objet construit précédemment.

2020 - AIR MICROCLIMATE



Si les grandes incertitudes provoquées par les différentes crises (comme celle que nous traversons avec le covid) rendent extrêmement complexes les anticipations, et évidemment les prédictions de l'avenir, nous pouvons cependant imaginer quelques évolutions en termes de designs de rencontres événementielles.

VERS DE NOUVEAUX IMAGINAIRES ÉVÉNEMENTIELS

#01 L'ÉVÈNEMENT JUGAAD

Face aux enjeux écologiques, l'événementiel doit repenser son économie, notamment sa «circularité» : limiter le «tout fabriqué», et passer d'une logique de déchets à une logique de «ressources secondaires». La conception de tout événement devra désormais envisager l'impact sur ses publics, la société et la planète. De ce point de vue, une métaphore avec les pratiques d'innovation est intéressante, et notamment le JUGAAD. Cette approche propose de nouvelles formes d'innovation qui consistent à faire plus avec moins, c'est-à-dire créer des solutions simples mais efficaces. Les exemples les plus connus étant un réfrigérateur en Inde conçu entièrement en argile et qui ne consomme pas d'électricité,

un panneau publicitaire au Pérou qui convertit l'humidité en eau potable, ou encore une couveuse pour bébés prématurés vendue en Chine et en Afrique qui ne coûte qu'un pour cent des incubateurs traditionnels vendus en Occident. Ces solutions ingénieuses et frugales offrent plus de valeur aux communautés locales tout en minimisant les ressources qui sont souvent rares dans les marchés émergents. Adaptée à l'événementiel, cette « philosophie » inspire et impulse de nouveaux réflexes, remettant la dimension locale au cœur de la machine, et mettant de côté le jusqu'aboutisme technologique. En résumé, une mise en avant d'approches low-tech, locales et intelligentes.



PUMZI

https://www.youtube.com/watch?v=I1R71_B86Fc

#02 COMMUNAUTÉS DISTRIBUÉES

Dans un contexte distribué, l'événement devra prendre en compte la diversité croissante des usages de leurs offres, a fortiori en partant du principe qu'un événement digitalisé offrira une plus grande palette de sensations qu'un événement uniquement physique.

d'usages nouveaux dans le cadre des événements car la rencontre physique ne sera plus rendue obligatoire. Il permet par ailleurs d'imaginer que les spectateurs auront la possibilité d'interagir à distance et de littéralement contribuer à l'évènement.

Sleep dealer un film de science fiction présentant un futur où les Etats-Unis sont devenus une forteresse. Les frontières sont fermées et les Mexicains peuvent travailler aux USA mais en se connectant dans des usines de travail à distance : ils pilotent des drones et deviennent ensuite des soudeurs ou encore des boulangers à distance. Ce type de technologies peut amener le développement



SLEEP DEALER

<https://www.youtube.com/watch?v=mVNm5hMNUKQ>

VERS DE NOUVEAUX IMAGINAIRES ÉVÉNEMENTIELS

#03 NEXT GENERATION ZONE

Suite à une double évolution, on peut imaginer que les événements de demain évoluent fortement. Tout d'abord au vu du développement rapide de la gamification, les notions d'expérience, de plaisir

et d'interaction vont devenir clé. Ensuite, le développement rapide des technologies immersives (réalité virtuelle, réalité augmentée etc.) va offrir des immersions de plus en plus réalistes, voir extrêmes. La capacité à extraire le spectateur d'un environnement physique donné pour le projeter dans une expérience décalée, sensorielle et émotionnelle devient un nouvel enjeu d'expertise. Ce type d'opportunités pourra amener à développer de nouveaux formats, moins dépendants de lieux physiques, mais plus tournés vers le vécu. La temporalité aussi sera remise en perspective avec des événements qui pourront durer des semaines, des mois ou des années, et en même temps quasiment individualisés.



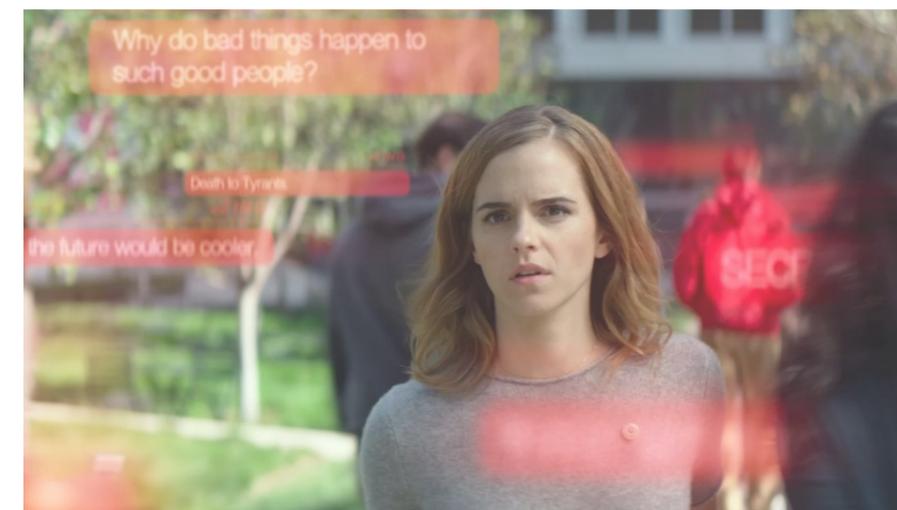
READY PLAYER ONE

<https://www.youtube.com/watch?v=oYGkAMHCOC4>

#04 DATA DRIVEN EVENT

Finalement, la capacité à capter des données diversifiées et à les traiter de manière massive va avoir un impact sur la connaissance client, et de manière induite, de faire évoluer les parcours. En ce qui concerne la connaissance, les Challenges étudiants ont démontré à quel point certaines données actuellement non traitées, telles que les émotions pouvaient être des sources d'opportunité, voire devenir totalement centrales dans le développement de nouveaux formats. Le développement de pôles d'expertises spécifiques aux émotions permettrait ainsi d'offrir des parcours qui viennent accompagner un état émotionnel en le bonifiant, le faisant évoluer etc. La seule

certitude finalement quant à demain est que les opportunités offertes par cette maîtrise généralisée des (nouvelles) données laisse augurer de pratiques encore à inventer.



THE CIRCLE

<https://www.youtube.com/watch?v=Hmq0DAV0go>

LES MEMBRES DU JURY



NICOLAS MINVIELLE
MAKING TOMORROW

OLIVIER WATHELET
MAKING TOMORROW

JEANNE CHOFFÉ
FRENCH EVENT BOOSTER

BÉATRIX MOURER
MAGIC GARDEN



PATRICIA BÉCHU
MALAKOFF-HUMANIS

CHRISTOPHE FAGNIEZ
FÉDÉRATION FRANÇAISE DE TENNIS

MYRIAM SOULAS
LIVE BY GL EVENTS

MORGANE PRUVOT-MORICE
REED EXPOSITIONS FRANCE

LES MEILLEURS DÉMONSTRATEURS DES CHALLENGES ÉTUDIANTS 2020

6 DÉMONSTRATEURS POUR PENSER L'ÉVÈNEMENT DE DEMAIN...

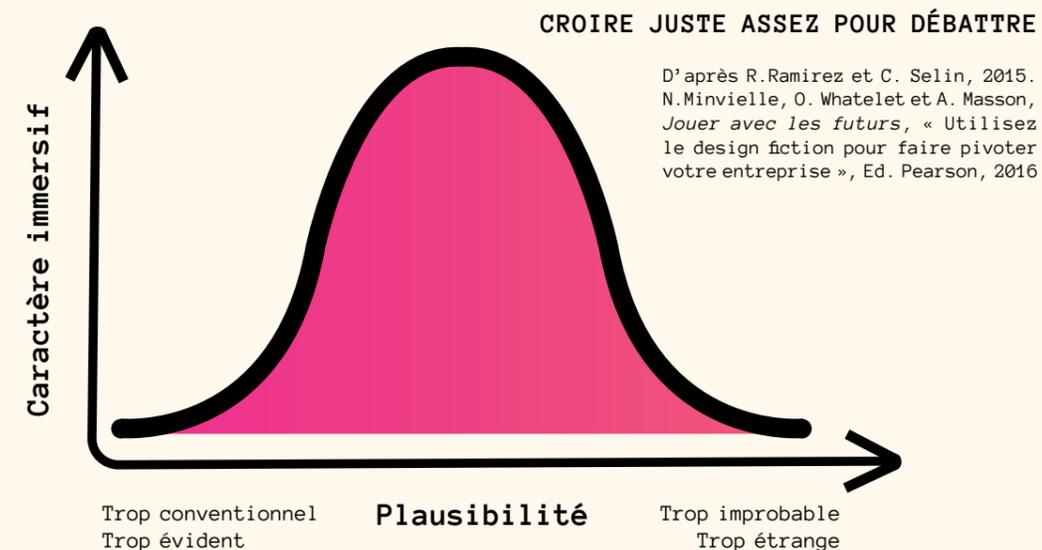


COMMENT LIRE UNE FICTION

Inspirer de nouveaux imaginaires liés aux futurs de l'événementiel : La pierre angulaire du design fiction : créer des démonstrateurs et des situations de réception de la fiction qui masquent, temporairement, leur caractère fictionnel. **Il s'agit de générer une expérience et de faire participer les individus à l'identification de futurs préférables, de mettre en débat les orientations actuelles au travers de maquettes immersives et projectives.** Outil relativement nouveau, le territoire du design fiction est encore à formaliser, mais par sa capacité d'immersion et de présentation de futurs plausibles, c'est-à-dire croyables, il est une belle alternative aux démarches de

prospective les plus courantes en rendant possible le débat sur des transformations à entreprendre.

La suite du document présente 6 fictions qui ont été sélectionnées et évaluées par un jury constitué d'experts du design fiction et de représentants des métiers de l'évènement.



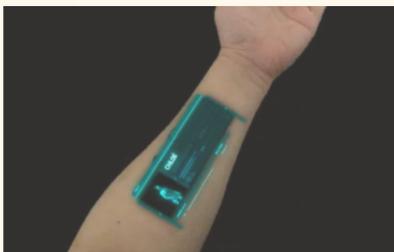
PENSER L'ÉVÉNEMENT DE DEMAIN

DÉMONSTRATEUR #01

FEEL-GOOD - ÉQUIPE ICD

Collecter, traiter et valoriser la donnée des participants aux événements est un enjeu trop sérieux pour le confier à des acteurs extérieurs à nos métiers. C'est un défi clair du futur de l'événement que Feel-Good questionne. Quel partage de valeur avec les participants aux événements du futur et quels nouveaux métiers vont en émerger ?

Si les objets connectés et capteurs embarqués se généralisaient, que l'IA et l'intelligence émotionnelle constituent des champs d'investigations du secteur, en quoi cette rencontre entre le corps et la technologie ouvre à des nouvelles expériences désirables ? Mais aussi quels en sont les risques. En mettant en scène le mouvement social du Dataïsme, Feel-Good montre clairement l'enjeu de l'équilibre tenu entre la valorisation partagée des données et son exploitation, à plus forte raison lorsqu'elles sont émotionnelles et donc très personnelles.



Même si cette activité semble aller de soi tant l'IA est présente dans notre société, Feel-Good montre que comprendre et gérer ces émotions ne va pas de soi. Cette prise en compte a le potentiel de transformer considérablement l'organisation des événements. Au cœur de l'expérience, un PNJ - « Personnage Non Joueur » - sera votre guide pour proposer une carte interactive personnalisée qui permette d'hyper-personnaliser l'expérience. Outre la nécessité de définir et recruter de nouveaux professionnels pour traiter ces données, c'est la manière dont les participants

explorent et vivent un événement qui présente un fort potentiel de transformation du secteur. Guidée en temps réel, adaptée aux émotions vécues, la visite d'un site n'est plus seulement liée à un profilage standard, mais ajustée à ce qui est vécu au cours de l'expérience.



Source d'amélioration dans l'expérience (conseil personnalisé, « after movie » restitué comme trace mémorielle et expérientielle offerte aux participants, etc.), cette valorisation de l'émotion porte aussi des défis de taille pour les organisateurs : comment leur permettre de réagir aux changements d'humeur en temps réel, quelle plasticité faut-il mettre en œuvre concrètement pour que cette connaissance dépasse la seule agrégation de données, pour que l'événement soit réellement co-conçu au niveau émotionnel ? De quelle manière éviter que puisque l'émotion est ainsi mieux maîtrisée par les concepteurs de l'expérience, la personnalisation ne serait, au final, qu'une illusion. Ou encore comment éviter que l'intensité émotionnelle domine la qualité, et que le fait de bousculer ne constitue plus qu'une fin en soi ?



<https://youtu.be/ap2ld0nc75E>

ON/OFF TIME FOR ACTION - ÉQUIPE LÉCOLE



Les défis écologiques sont aujourd'hui dans toutes les têtes. A quel point le monde de l'événement peut-il et doit-il prendre parti et assumer une position militante ? Autrement dit, jusqu'où l'événement peut-il devenir un agent de transformation de la société. On/Off prend la parti de l'immersion radicale grâce à la maîtrise de l'expérience et de l'immersion. Mais puisque la sensibilisation ordinaire ne suffit pas, il faut que l'immersion soit radicale pour voir un effet. Elle prend ici la forme d'une escape room dont la seule issue sera la capacité des participants à réellement proposer des alternatives aux actes quotidiens ; une expérience qui entend bousculer les participants au plus profond de leur chair. La gêne, la douleur, la fatigue, jusqu'où aller pour sensibiliser et faire vivre, et subir, ce que l'environnement lui-même subit ?

En poussant à l'extrême le métier de créateur d'expérience, On/Off questionne les limites de cette maîtrise, et son rôle dans l'usage de stratégies du choc au service d'une expérience pourtant désirée par les participants. A l'heure où les dispositifs d'immersions essaient, cette proposition radicale nous montre le potentiel des outils, et aussi nos résistances à les déployer plus massivement pour ne pas contraindre, choquer ou encore mettre mal à l'aise des participants.



D'un point de vue éthique et social, On/Off pose également de nombreux défis : pouvons-nous ressentir ce que notre environnement vit ? Autrement dit, jusqu'où l'empathie radicale (ici vivre ce que ressent le vivant, le monde animal) peut-il être poussé ? Peut-on traiter de tous les sujets sous la forme de salons ? Pour soutenir de nouveaux enjeux, des formats courts de types capsules apparaissent également comme des moyens pertinents pour avoir un impact encore plus grand au sein de la société.



Mais est-ce que sensibiliser suffit pour changer le monde ? Quels effets et quels impacts peut-on réellement espérer atteindre lors d'événements élaborés pour changer les manières de vivre ? Si le coût économique de la sensibilisation par la publicité et les messages est élevé, de telles mises en scène lourdes à mettre en œuvre sont-elles capables d'avoir un réel impact ? La mise en action au-delà de l'instant de l'événement apparaît dès lors comme une étape nécessaire pour que la promesse soit tenue. Peut-être plus encore que le nouveau métier de chef de projet immersif 2.0. nécessaire à la réalisation de ce type d'événement, c'est la capacité à intervenir et accompagner une fois passée la visite des salons qui constitue peut-être la plus forte transformation professionnelle à laquelle nous invite à réfléchir cette fiction.



<https://youtu.be/Eudxhg-F1os>

DÉMONSTRATEUR #02

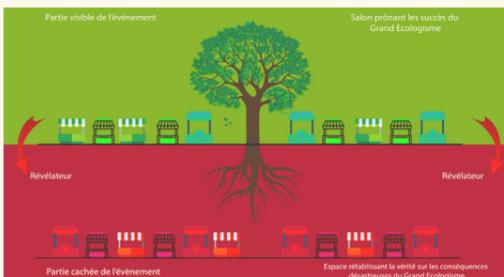
PENSER L'ÉVÉNEMENT DE DEMAIN

DÉMONSTRATEUR #03

RACINE - ÉQUIPE LÉCOLE



Est-ce que pour mieux montrer, il faut cacher ? Racine propose d'assumer le secret pour renforcer la subversion. Le hasard, la non garantie de participer à la richesse de l'événement sont ici des forces pour créer l'envie et la réflexion, au risque de la frustration due à la sélection de l'audience. Cette mécanique valorise l'effort demandé aux participants : celui de comprendre ce qui se cache derrière un message consensuel. Quel est le sous-texte, quelles sont les intentions des discours contemporains et intentions affichées. Racine s'appuie sur l'intelligence des participants pour jouer un rôle dans la construction des événements et assume de promouvoir une société plus réflexive et consciente de ses propres limites.



À l'heure où la communication maîtrisée prend en charge toute prise de position dans l'espace public, Racine propose de mettre en abîme la pensée unique et de déconstruire ses mécaniques. Oser « éduquer » la société, tel serait le défi des professionnels de demain ?

À double face, l'événement peut ainsi porter plusieurs visions et messages lors d'une même intervention à l'aide d'un double espace parallèle, accessible uniquement à qui en trouve la clé. Le défi est de taille : celui de concevoir des événements qui font

réfléchir en apportant des visions contraires et contradictoires dans une logique de gamification assumée. Faux exposants, comédiens ou professionnels coachés par les monteurs, les professionnels réunis lors de cet événement sont invités à jouer un rôle qui dépasse leurs métiers habituels. Ils deviennent coproducteurs de l'événement au même titre que les organisateurs. Racine permet ainsi de pointer cette mécanique essentielle pour le succès de tout événement en général.



D'une manière plus large, l'« événement iceberg » a le potentiel de s'appliquer à tout format, dès demain : cacher et masquer présentent une forte attractivité quel que soit le format de rencontre. Il montre aussi que le futur des métiers de l'événement est encore plus riche lorsque l'innovation est pensée dans ses aspects organisationnels et non seulement technologiques. Jouer, faire jouer, créer de nouveaux rôles a sans nul doute un impact aussi important et provocateur que celui d'adopter des technologies aujourd'hui en expérimentation.



<https://youtu.be/lkG0w21uTc8>

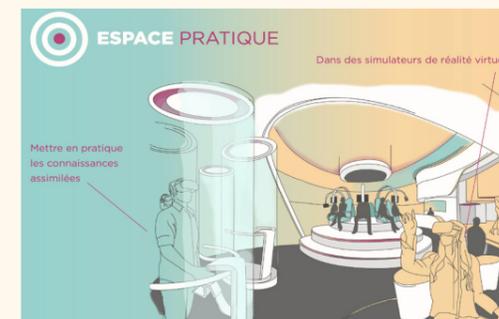
DÉMONSTRATEUR #04

PROSKILLS - ÉQUIPE ENSAAMA

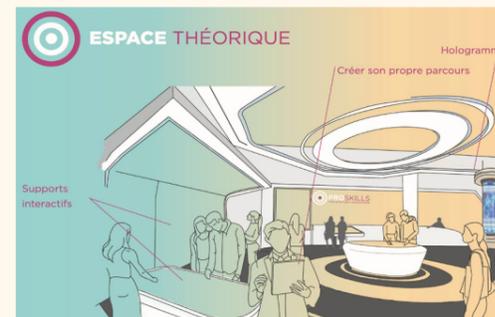


Affronter l'accélération du changement du monde contemporain demande sans cesse de changer de voie et de créer de nouveaux projets professionnels. Puisque le métier de demain n'existe pas encore, il s'agit de le créer en croisant les secteurs, en réunissant des professionnels entre eux.

Proskills explore ce défi en proposant de faire de l'événement l'acteur de la formation continue de demain, et par delà un espace de création de nouveaux métiers. Expertise, capacité d'immersion, ancrage professionnel très fort, le secteur apparaît ici comme un pilier de ces enjeux de formation. À quel point le secteur de l'événement a-t-il le potentiel de valoriser ce type de ressources pour générer de nouvelles offres ? Le défi : organiser et garantir la certification d'une part, proposer d'autre part des parcours entre les événements qui soient cohérents dans cette perspective.



Plus que le réaménagement au sein des lieux, Proskills montre comment le secteur tout entier a le potentiel de coopérer pour créer des offres conjointes, nouvelles, qui valorisent la richesse des acteurs réunis dans des événements professionnels et au-delà. Dans quelle mesure les événements du futur peuvent-ils être pensés sur base des besoins des participants ? En prise avec les professions, ils sont aussi les plus pertinents pour anticiper, comprendre et proposer des évolutions professionnelles à la société. Le métier de l'événement, prescripteur des pratiques professionnelles de demain ?



<https://youtu.be/pOFWtYXXA2M>

Démontrer et former sont deux facettes d'une même expérience qui font des événements des espaces tout à fait uniques où les acteurs différents, étudiants, professionnels et visiteurs se côtoient, et s'enrichissent mutuellement.

PENSER L'ÉVÉNEMENT DE DEMAIN



EYES.CO - ÉQUIPE ENSAAMA LAURÉATE CHALLENGES ÉTUDIANTS 2020



Comment faire se renouer les liens dans un monde aux relations et interactions physiques empêchées par des impératifs sécuritaires ? Connaître pour personnaliser est le mot d'ordre de l'économie numérique. Jusqu'où aller dans cette voie ? Eyes.Co explore et questionne cette dynamique en proposant une version radicale de ce qui est à l'œuvre aujourd'hui. Plutôt que de chercher à mieux segmenter les visiteurs pour espérer personnaliser leur visite, Eyes.Co renverse la perspective : et si les événements étaient créés à partir d'une connaissance fine et en temps réel des marques d'intérêts des citoyens.

La technologie - des lentilles connectées - n'est en réalité qu'un prétexte pour mettre en avant le véritable enjeu du projet : renverser le processus d'individualisation à l'œuvre dans notre société et créer du lien social, rapprocher afin de donner des occasions de se rencontrer autour d'un intérêt commun. La logique de conception de l'événement est ainsi de rapprocher des individus qui ignorent leurs intérêts communs. En opérant de la sorte, l'événement recrée le lien social plus que de chercher à le capter et le comprendre.



Les conséquences ? Les métiers de l'événement sont plus riches encore. En assumant ce monde de données et de virtualité, la question devient celle de concevoir des formats générateurs d'imaginaires nouveaux et fédérateurs. Quitte à n'être plus que cela

: des espaces pour partager des passions communes. Donner du sens nécessite une vision partagée. Par son potentiel d'immersion, le secteur de l'événement a un rôle à jouer comme créateur de visions partagées. Le défi est cependant important : comment le faire en intelligence et respect avec la diversité des visions du monde, plutôt qu'en poussant des imaginaires dominants ou majoritaires qui appauvrissent le collectif.

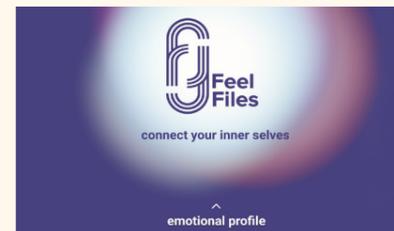


Son rôle social est également interrogé. Si par nature l'événement vise à créer du lien social, Eyes.Co assume un rôle radical : devenir un acteur de la création de communautés capable de mobiliser et de réunir. Le potentiel de transformation est réel à différentes échelles : ville, région, pays et au-delà, devenant ainsi un partenaire des acteurs de la cohésion sociale et des pouvoirs publics. Dans un monde de distance renforcé entre les individus, Eyes.Co montre comment l'événement peut proposer de nouvelles manières de créer du lien et dépasser l'hyper technologie induite par



<https://youtu.be/4icvFVZQZ5c>

FEEL FILES - ÉQUIPE ENSAAMA



A quel point est-il possible de mieux connaître ses clients, et au service de quel objectif ? Mieux connaître les participants présente le risque de réduire la capacité de choix. Devons-nous abdiquer face à la dictature des algorithmes et appauvrir la diversité des choix pour augmenter la capacité à le toucher ?

FeelFiles propose de questionner ce schéma, en interrogeant la direction que nous souhaitons donner à cette exploitation. Démultipliant les capteurs et sources de données dans une perspective d'hyper personnalisation assumée, l'événement repose sur un profilage, une identité émotionnelle capable de révéler l'essence des individus. Le concept : une bulle physique disponible dans l'espace public pour créer des interactions en amont des événements. En habitant l'espace public, en reposant sur des micro-lieux dédiés à l'exploration de ses propres émotions, FeelFiles montre l'opportunité de créer des espaces pour se mettre en relation avec les participants qui sortent des cadres classiques de réunion des participants. Et participer à la dynamique urbaine par la même occasion.



Surtout, il met en avant l'enjeu de toucher des personnes qui sont concernées mais qui ignorent leur intérêt pour une

série d'événements pourtant en lien avec les aspirations. La solution, une bulle individuelle et expérimentale en accès libre dans l'espace public qui permet de découvrir des expériences et des événements qui y répondent. L'enjeu : sensibiliser au-delà des canaux de communication classiques et donner l'opportunité à tout un chacun de découvrir des intérêts qu'ils ignorent. Comment, en effet, ouvrir, diversifier l'audience sans imposer un message. Créer de l'intelligence, outiller les potentiels participants pour qu'ils choisissent mieux leurs événements est une clé pour penser le métier demain.



Si aujourd'hui, le secteur de l'événement travaille beaucoup l'émotion en aval de l'événement, FeelFiles pose la question de la capacité prédictive de ce rapport à l'émotion, mais aussi offre des modes d'analyse visuels de l'émotion qui montrent le potentiel d'explorer autrement ce produit et moyen des métiers de l'événement.



<https://youtu.be/Kz8c-H0wn8g>

LAURÉATS DU CHALLENGE : KARELLE ABI SALEH & CARLA DAUDEL (EYES.CO)



Quel est votre parcours et quelle formation suivez-vous ?

Nous sommes actuellement en première année de DSAA (Diplôme Supérieur des Arts Appliqués) Communication de Marques à l'ENSAAMA (École Nationale Supérieure des Arts Appliqués). Avant cette formation nous avons toutes les deux effectué un DNMADÉ Événement (à l'ESAA La Martinière Diderot pour Carla et à l'ENSAAMA pour Karelle).

Comment décririez-vous le projet Eyes.co à un professionnel de l'événement ?

Nous avons fondé la marque Eyes-Co, fabriquant des lentilles à réalité augmentée. Celles-ci rendent service à nos utilisateurs qui vivent dans un monde dégradé par la pollution. Permettant de voir le monde plus beau et de rendre la vie plus facile, elles leur sont devenues indispensables au quotidien. Nos usagers ont la possibilité grâce à nos lentilles de perfectionner, personnaliser et moduler leur environnement. Mais, il leur est impossible de partager leur vision par la présence d'un système de cybersécurité qui a pour objectif de protéger leurs données personnelles. Nos utilisateurs se sont donc isolés dans leur propre monde. Pour remédier à ce problème social nous avons créé un service de resocialisation au sein d'Eyes-Co. À quoi sert-il ? À reconnecter les personnes entre elles par le biais de l'événement. Lors de ceux-ci, nous leur permettons de se réunir en fonction de leurs goûts et de leurs passions au travers d'une vision commune. Un processeur analytique hiérarchise leur visio-data et nous permet d'identifier leurs points communs et de les inviter dans des événements qui leur correspondent. Nous créons donc des lieux de rencontres faisant de nous des créateurs de liens sociaux et émotionnels.

Qu'est ce qui vous a inspiré ou interpellé le plus dans le cadre de ce challenge étudiant ?

Ce que nous avons particulièrement apprécié au travers de ce challenge étudiant, c'est l'imagination d'un scénario du devenir de la société et de la place qu'aurait l'événement au cœur de celle-ci. Ce projet de design fiction était une manière de nous projeter et de nous questionner sur des futurs souhaitables, un véritable défi qui nous a poussé au-delà de nos limites.

Qu'en avez vous retiré sur le plan professionnel ?

La conception de scénarios de fiction nous a permis un travail prospectif. De plus, l'aspect fictif de ce projet nous a donné la possibilité de faire part d'un imaginaire et d'une créativité sans frontières que nous avons pu décliner grâce à nos compétences de design global. Enfin, nous avons pu avoir un véritable regard critique sur notre réalisation en étant en contact direct avec des professionnels de l'événement.

À qui souhaiteriez-vous soumettre ce projet au-delà du challenge pour contribuer à créer le monde de demain ?

Nous souhaiterions soumettre ce projet à des entreprises concevant des produits technologiques. Notre objectif serait de leur montrer les répercussions que ceux-ci pourraient avoir sur la société et l'environnement pour les inviter à intégrer ces réflexions dans leurs conceptions.

EVÉNÈMENT ET JEU VIDÉO

Par Olivier Wathelet et Martin Lauquin
– Publié dans l’Innovatoire le 10 novembre 2020

Qu’ils s’expriment à travers la littérature, la bande dessinée, le cinéma, les jeux vidéo ou d’autres formes de culture populaire, les imaginaires de fiction ont démontré leur capacité à imaginer des futurs qui demeurent, pour beaucoup d’entre nous, absolument « inimaginables ».

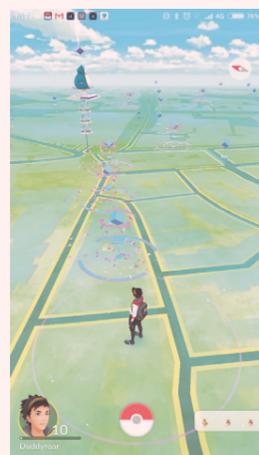
A priori, tout oppose le jeu vidéo et les événements publics, salons et réunions « en live ». Alors que les premiers se déroulent dans des mondes virtuels explorés de manière individuelle, les seconds réunissent sur un temps relativement court, un très grand nombre de participants contribuant ensemble à vivre et éprouver une expérience commune.

Pourtant, dans le contexte de crise qui est le nôtre actuellement, le jeu vidéo présente d’intéressants atouts : il permet de réunir de grandes communautés de personnes présentant un même intérêt. Les jeux en ligne massivement multi joueurs (ou MMORPG) réunissent des quantités impressionnantes de joueurs, 250 millions pour le plus populaire d’entre eux (record détenu à ce jour par Runescape, en 2017). Grâce à une mécanique bien rodée, chaque participant peut ainsi vivre un monde « en parallèle » d’autres joueurs, et ainsi interagir avec des inconnus le temps d’une mission, à l’instar des jeux de bataille en mode Shoot Them All ou Battle Royal, c’est-à-dire destiné à ce qu’il ne reste qu’un survivant.

Ensuite, ces expériences décrites comme virtuelles n’en sont pas moins riches en émotions et captivantes. Le monde virtuel Second Life est connu pour être le premier exemple mature de société constituée d’avatars. L’engagement des joueurs – qui reste vif pour des centaines de milliers de personnes près de 20 ans après sa création – a contribué à des actions collectives coordonnées telles que des manifestations, grèves, et boycotts de marques ou acteurs. L’engagement est réel, et dépasse largement le seul plaisir de jouer ou l’addiction à laquelle on réduit parfois cet univers. Il rend possible la coordination, tout en permettant aux participants de proposer une autre facette d’eux-mêmes (raison pour

laquelle les avatars sont à ce point prisés pour dépasser les enjeux physiques).

Enfin, ces expériences s’inscrivent dans le quotidien des joueurs. Si le temps de jeu en continu reste relativement faible – grosso modo celui nécessaire à un trajet de métro pour se rendre au travail, celui d’une pause entre deux séquences de cours, etc. – il permet un tuiilage très fin entre le quotidien, et notamment ses mobilités, et le temps de jeu. De sorte que jouer commence à modifier les mobilités quotidiennes (créer des temps de pause appropriés) a fortiori lorsque le gameplay s’appuie sur un système de géolocalisation pour enrichir le jeu (à l’instar de Pokemon Go qui demandait de trouver des avatars dans de véritables espaces) ou pour rentrer au sein d’arènes et rencontrer d’autres joueurs. La ville prend ainsi une autre signification, tout en restant physiquement la même.



S’appropriation un espace physique de manière virtuelle.

Source : Pokémon GO – ©2019 Niantic, Inc. ©2019 Pokémon

La ville projetée dans les jeux vidéo est la seule ville, ce qui en fait une exception parmi tous les représentations du futur disponibles, que ce soit dans les oeuvres de science-fiction, l’art ou encore les séries. C’est le cas dans un jeu comme Watch Dogs qui permet à un citoyen, de posséder les “clés de la ville” et d’exploiter – voire de “hacker” – pour son propre bénéfice l’ensemble des ressources disponibles : données, infrastructures de mobilité, services et lieux publics, etc.

À LA CROISÉE DES MONDES ?

La ville à la première personne.
Source : Watch Dogs – © Ubisoft



Ces formes d’hyper-individualisation peuvent inspirer de nouveaux formats d’événements qui, dans un contexte distribué, devront prendre en compte la diversité croissante des usages de leurs offres, a fortiori en partant du principe qu’un événement digitalisé offrira une plus grande palette de sensations qu’un événement uniquement physique. Des start-ups comme Immersion Tools proposent déjà d’enrichir l’offre événementielle en reconstituant des univers, réalistes ou imaginaires, qui capitalisent sur les expériences ciblées par le visiteur.

Pour ces 3 raisons au moins, le jeu vidéo constitue une source d’inspiration pour les concepteurs d’événements en vue d’intégrer les contraintes de la distanciation sociale. Sans aller jusqu’à copier le principe du jeu vidéo, l’usage de plateforme virtuelle présente donc des intérêts notables dès lors que ses spécificités sont prises au sérieux, à savoir en particulier :

- Privilégier une récurrence d’expériences courtes et parallélisées plutôt que de longues sessions en commun.
- S’appuyer sur des mécanismes élémentaires de la gamification : progression narrative, logique d’épreuve, difficulté croissante pour garder un juste niveau d’engagement, construction de mondes riches et crédibles, etc.
- Assumer la coexistence de mondes parallèles avec des logiques de salles communes, d’épreuves limitées dans le temps, et de coopérations sans cesse renouvelées au gré des « missions ».

Une fois ces grands principes acquis, le monde des jeux vidéo peut devenir une source d’inspiration très grande pour animer et construire une expérience collective inspirante et mémorable, et ce à l’échelle du design de l’interaction.

- Naviguer dans un espace riche en suivant les indices laissés par le jeu pour nous inspirer (ex. une couleur code les points de contacts).
- Cartographier pour inviter à explorer (ex. plus la carte s’agrandit, plus je découvre le monde).
- Faire de ces endroits des espaces pour tester, simuler, éprouver des hypothèses collectivement. Le monde virtuel devient un laboratoire pour créer (ex. les jeux de construction de ville qui sont aujourd’hui détournés pour tester des mondes plus verts, plus vertueux).
- Rendre possible l’évolution même du jeu/événement en donnant la main aux concepteurs créatifs pour créer des MOD, des extensions de jeu).

La liberté et la créativité offertes par le monde du jeu vidéo sont grandes. Elles permettent de penser des manières de faire événements communs à distance tout en générant un grand sens de l’engagement. Elles démontrent aussi que les métiers du design d’expérience ne se limitent plus à la programmation d’interactions digitales mais s’étendent à la globalité des objets et des services offerts par un événement, en imaginant la dimension sonore, les parcours utilisateurs, les “Aesthetics” voire même le “gameplay” de ce dernier.

Enfin et surtout, le joueur n’est plus uniquement le “jeune geek” que l’on projetait il y a encore une décennie, mais concerne toutes les audiences. Alors, à quoi ressemblera un événement scénarisé qui offre toujours plus de jouabilité et de malléabilité ?

UNE EXPLORATION

DÉVELOPPÉE PAR **MAKING TOMORROW**

unimev
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÈNEMENT

EN PARTENARIAT AVEC

FRENCH EVENT BOOSTER

icd BUSINESS SCHOOL
GROUPE IGS

LÉCOLE
THE EVENT THINKING SCHOOL

ens aama
école nationale supérieure des arts appliqués et des métiers d'art

SOUTENUE PAR **Atlas** Soutenir les compétences

CONCEPTEURS D'AVENIRS
MANÈGE | INNOVATION | ÉTUDES | CONSEIL | DÉVELOPPEMENT

GOVERNEMENT
Liberté
Égalité
Fraternité

SPONSORISÉE PAR

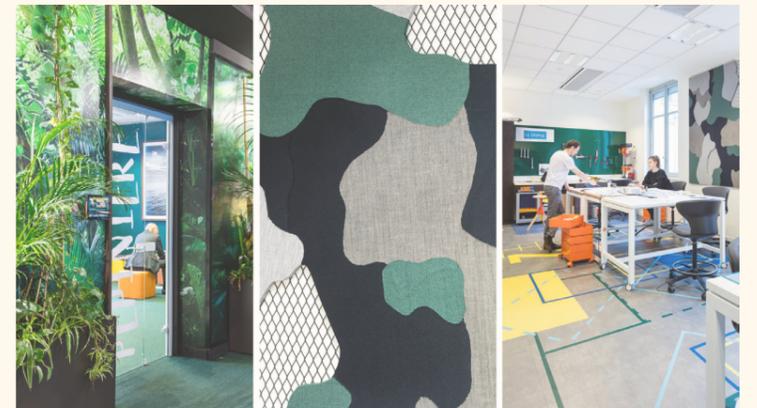
malakoff humanis
SANTÉ - PRÉVOYANCE - RETRAITE - ÉPARGNE

Document piloté et financé par Atlas, OPCO des services financiers et du conseil, selon des axes de coopération définis dans la convention signée avec le Ministère de l'Éducation Nationale et de la Jeunesse, le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation avec le concours des fonds collectés au titre de la taxe d'apprentissage.

Merci à la Friche d'avoir accueilli le jury et les étudiants du challenge 2020.

La Friche est un lieu d'innovation et d'expérimentation à forte identité « green ».

1400m2 pour explorer de nouvelles opportunités et tester en temps réel les idées de tous dans un lieu mélangeant technologie et nature.



onepoint.
beyond the obvious

_FÉVRIER 2021

MERCI