



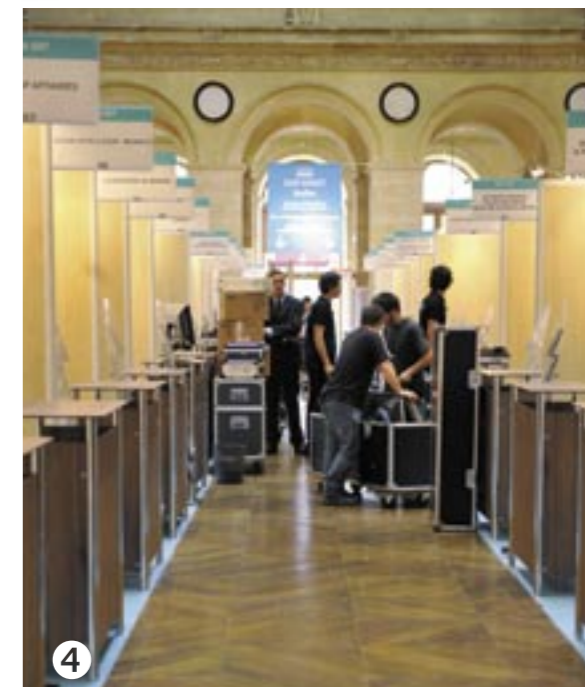
1



2



3



4

- 1 Lundi soir, veille de l'événement, le calme avant la tempête...
- 2 A l'extérieur, dans l'après midi, les décorateurs préparent les terrasses. Il reste peu de temps mais attention, les plantes, c'est fragile.
- 3 240 bouquets de fleurs à disposer sur l'ensemble du salon, investissement conséquent mais effet visuel garanti.
- 4 Dès 6 heures du matin, les techniciens préparent les stands, cette dernière journée sera longue.

Dans les coulisses des Rencontres Réunir

Lorsqu'on participe à un événement ou que l'on foule les allées d'un salon, on « vit » l'événement, on profite du moment et l'on apprécie ou non un résultat. Mais sait-on quelle organisation, quelle méthode, quel parcours, quels trucs et astuces il a fallu utiliser pour en arriver là ? Les 15^{es} Rencontres Professionnelles Réunir qui ont eu lieu au Palais Brongniart à Paris en septembre dernier constituent une belle opportunité pour inaugurer cette nouvelle rubrique « L'envers du décor ». Bienvenue dans les coulisses de l'événement.

Côté scène, tout est normal...

Les mardi 29 et mercredi 30 septembre derniers, près de 2300 visiteurs professionnels ont suivi le tapis rouge étendu le long de l'ancienne Bourse de Paris pour accéder au 15^e workshop de Réunir. Accueil par une équipe en tenue bleue turquoise (la couleur du Guide Réunir 2009/2010), identification, badge, vestiaire, remise d'un sac plein de documents... rien n'est laissé au hasard. Et c'est l'entrée sous les ors du Palais Brongniart, dans un décor soigné où les attendent sur deux étages quelques 500 lieux de réunion représentés, des grands groupes internationaux aux hôtels indépendants.

Voilà pour la partie émergée de l'iceberg, que semblent apprécier les visiteurs du salon. Ce que confirme sur place un visiteur tel que Thierry Demoulin, responsable Etudes et Relations Internationales à la Banque de France, déjà

venu l'année passée : « J'y passe près d'une demi-journée pour y trouver des hôtels et des lieux en régions pour réunir 60 à 150 personnes plusieurs fois dans l'année. C'est un salon à taille humaine, dont j'apprécie la signalétique, la clarté, l'offre et l'organisation. »

En nombre d'exposants comme de visiteurs, l'édition 2009 a fait le plein, malgré la crise. Mais derrière l'aspect « paillettes » du salon, en coulisses, c'est une autre histoire, faite de milliers de petits détails à régler.

Côté coulisses, on s'affaire depuis un an

La réussite d'un salon professionnel tient en trois points clés : la logistique, le commercial (séduire les exposants) et la fréquentation (faire venir les visiteurs). Cela commence un an à l'avance, avec la réservation du lieu, l'établissement du cahier des charges et le début de la commercialisation.

Du Président au service de fabrication du Guide, tout le monde chez Réunir se mobilise pour la réussite du salon. C'est même devenu en quelque sorte sa marque de fabrique. « Nous avons fait le choix d'organiser l'événement en interne et de gérer nos

prestataires en direct. La maîtrise de l'événement est bien meilleure et cela demande une implication de tous les instants », explique Eric Guillemain, Directeur Général de Réunir et responsable du salon. « Faire appel à un spécialiste de l'organisation d'événement est indispensable lorsque l'on n'a pas d'expérience, mais nous pensons avoir acquis un certain savoir-faire, qui est indispensable tellement les points à lister sont nombreux, jusqu'aux moindres détails. Le professionnalisme des prestataires est alors un des facteurs-clef de succès et nous savons que nous pouvons compter par exemple sur D&P (aménagement des stands), Saint-Clair (traiteur) ou GardenExpo (décor floral)... »

L'aménagement de l'espace du salon se prépare très longtemps à l'avance. « Nous faisons commencer la visite du salon par le premier étage et nous espérons nous faire pardonner la montée de l'escalier

par la chaleur de l'accueil (kit de bienvenue) et la beauté des lieux, que ce soit le grand escalier ou le salon d'honneur », poursuit Eric Guillemain. Il ajoute : « Nous essayons ensuite de proposer un parcours de visite fluide et logique, avec une signalétique claire. Notre préoccupation est de ne laisser aucun point mort et pour cela d'inciter les visiteurs à découvrir l'ensemble de l'espace. Aussi, nous rythmons l'espace par des animations telles que buffets, espaces bien-être, conférences, bar à champagne et urnes de jeu... qui attirent naturellement nos visiteurs. Certains d'entre eux nous ont dit l'année dernière qu'ils trouvaient l'espace trop dense, nous avons tenté d'y remédier cette année en concevant les allées comme autant de perspectives et en optimisant l'espace. »

Ces exigences de disposition et de flux doivent se concilier avec les contraintes de sécurité : les plans du salon doivent être déposés

à la Préfecture pour validation, les sorties de secours doivent être dégagées, l'inspecteur qui visite le lieu avant l'ouverture peut demander des changements de dernière minute.

Côté scène, le visiteur reste naturellement zen

Lorsqu'il reçoit son badge, le futur visiteur ne se doute peut-être pas à quel point il a été choisi. Car l'une des clés de la réussite de ce type de rencontres professionnelles est la qualité du visitorat. « Nous sommes présents sur ce salon pour asseoir l'image du groupe dans l'univers hôtellerie-séminaires avec nos capacités de 10 à 3000 places, mais avant tout pour rechercher des nouveaux contacts, ciblés », confirme Laetitia Joseph, du Groupe Partouche Meeting & Events, fidèle à l'événement depuis quatre ans. C'est la philosophie même de Réunir pour qui les Rencontres sont un workshop,

Quelques chiffres...

- 160 exposants représentant 500 lieux de réunion
- 3925 entrées enregistrées
- 2265 visiteurs qualifiés
- 1200 m² d'exposition
- 400 bouteilles de champagne
- 150 litres de café
- 240 bouquets de fleurs
- 20 jolis grooms et charmantes hôtesse



Mardi 10 heures, arrivée des premiers visiteurs. Le système de badge fonctionne, tout va bien.

un lieu de travail, et non une foire qui vise le spectaculaire. C'est pourquoi l'entrée du salon se fait sur invitation et l'accès y est contrôlé : il s'agit de délivrer un vrai service à la fois aux visiteurs et aux exposants.

Pour s'assurer d'un nombre de visiteurs suffisant en cette période de crise, Réunir a complété sa base d'adhérents très qualifiée avec des fichiers extérieurs. Plus le « jour J » approche, plus il faut être « présent ». L'équipe Réunir a appris au fil du temps à soigner la communication autour de son événement : présence dans la presse professionnelle et sur d'autres salons, liens réguliers avec les exposants, approche très personnalisée avec les partenaires VIP. C'est un travail souterrain, peu visible, qui relève parfois des secrets de fabrication, mais qui est décisif pour la réussite de l'événement.

Côté coulisses, on gère 1000 choses à la fois

Comme à la veille de toute manifestation, et malgré la belle machinerie en place, les Rencontres Réunir ne sont pas à l'abri d'événements extérieurs (grèves des transports, manifestations, grippe H1N1) qui peuvent anéantir un an de préparatifs. En 2008, Réunir avait convié 60 professionnels anglais pour son salon à Paris. La veille de leur départ, un incendie se déclare dans le tunnel sous la Manche et le trafic de l'Eurostar fut stoppé net. Il fallut appeler tous les participants et leur trouver en catastrophe des billets d'avion, au prix fort. Gérer le mieux possible l'imprévu et son propre stress fait partie du métier.

Pour dresser le décor du salon, il faut compter deux jours pleins : le déchargement du matériel se fait le dimanche à 5 heures du



Début de la première journée, les premiers échanges professionnels commencent.

matin pour une ouverture le mardi matin. L'équipe de Réunir est sur place le dimanche et le lundi pour s'assurer que tout est mis en place conformément au plan et pour gérer les imprévus. Parfois, un petit détail vient gripper la mécanique. Telle cette année où le gardien du Palais Brongniart s'est réveillé une heure en retard, lui seul ayant la clé. Les cinq semi-remorques étaient bien là, mais... Une heure de perdue qui n'a jamais pu être rattrapée : les derniers stands ont été installés avec les premiers arrivants.

Le « jour J », il faut faire preuve d'une grande réactivité et être capable de répondre à tous les petits tracas qui se posent. Les exposants sont reçus et enregistrés. Une équipe de « grooms » est à leur disposition pour les aider à installer leur stand et un commissariat général répond à toutes les demandes. Un exposant n'a pas reçu les brochures qu'il a envoyées pour le salon ? On remue ciel et terre pour les retrouver (mais il arrive que ce soit le transporteur qui l'ait oublié dans son camion !). Un exposant se plaint que les visiteurs ne s'arrêtent pas devant son stand ? On organise une dégustation de gaufres pour créer une animation... Un salon est réussi quand les exposants et les visiteurs sont également satisfaits et le rôle de l'organisateur est de faciliter la vie autant aux uns qu'aux autres.

Côté scène, on profite de sa journée. Côté coulisses, on s'assure que tout se passe bien...

Les petites attentions font les grands salons. Si les visiteurs le vivent, les organisateurs ont appris à le mettre en musique. La

devise des Rencontres Réunir est donc « *allier l'agréable à l'utile* ». Pour l'agréable : les cadeaux à gagner, la décoration florale toujours soignée, l'espace bien-être (Bérard&Spa), le bar à champagne (Cazanove), l'atelier cuisine (Saint Clair Le Traiteur)... La qualité des buffets gastronomiques (Saint Clair) est déterminante pour signifier aux visiteurs qu'ils sont les bienvenus : pas étonnant qu'une part importante du budget y soit consacrée. Et l'expérience compte : en 2006, quand les Rencontres se sont installées Palais Brongniart, la totalité des bouteilles de champagne prévues pour le salon furent sifflées le premier soir ! Aujourd'hui, le traiteur prévoit des réserves en cas d'assaut sur la nourriture ou les boissons. Et pour l'utile, les ateliers conférences (Regus).

Et puis arrive la fin du second jour, les ultimes visiteurs s'enregistrent, les exposants commencent leurs préparatifs de départ, on fait le bilan des visites, des contacts ou des affaires conclues pendant le salon, les semi-remorques sont déjà là pour démonter l'ensemble du décor en quelques heures, on pousse un « ouf » de soulagement et on se dit... à l'année prochaine !

■ Pierre Lorimy

Pour que le décor tienne ses promesses, il faut :

- Etablir un cahier des charges très précis de ses besoins, de ce qui est inclus ou pas. Faire une visite préalable du lieu avec son installateur.
- Choisir un lieu central, facile d'accès, qui correspond à l'image du public ciblé.
- Être particulièrement attentif à la sécurité du lieu, le plan devant être validé par le propriétaire et la préfecture de police.
- Prévoir la logistique bien en amont et des réunions de coordination régulières (traiteur, décorateur, fleuriste, informatique...) et avoir un interlocuteur permanent chez son installateur.
- Innover à chaque édition : nouveaux exposants (30% chaque année pour Réunir), programme des ateliers-conférences, animations, cocktails, etc.
- Le jour J, être le plus réactif possible... et avoir aussi un peu de chance !

