FOCUS : comment la crise de la Covid-19 a impacté le secteur événementiel…

Ci-dessous quelques articles qui traitent de la crise de la Covid-19 sur le secteur événementiel.

- Dans son article «**Constat, et maintenant»** Smothee évoque **l'impact de la crise du Covid-19 sur le secteur de l'événementiel.** Le constat est sans appel 3/4 des événements ont été annulés ou reportés et le chômage technique a été imposé dans de nombreuses entreprises de ce secteur.

Les pertes s'élèvent à 15 milliards d'euros.

«À cause de cette situation inédite, le secteur de l'événementiel n'a pas eu le choix que de se ***réinventer.*** *Pour maintenir leurs événements et affirmer leur présence pendant la crise sanitaire, de nombreuses entreprises ont mis en place des* ***éditions virtuelles de leurs rendez-vous annuels»***

- Dans son article du 22/04/21 nommé « **Événements virtuels sponsorisés : nouvel espoir des marketers»** du site «Evenement.com» Sandy R nous dévoile que pour 2021 les spécialistes du marketing font confiance aux événements virtuels sponsorisés. En tout cas, c'est la conclusion de la dernière étude de **GDS Group,** société mondiale de services d'événements, de recherche et de technologie. Celle-ci décrit l'importance que les marketers comptent donner à ce nouveau format dans leurs démarches.

A l'heure où les rencontres physiques sont interdites, les expériences numériques explosent quant à elles. Pour en savoir plus, découvrez cet article ici !

- Sur le site l'»Opinion», Bertrand Laurioz dans son article intitulé «Le marketing digital doit s'imposer comme un moteur de l'accélération des entreprises» du 15 décembre 2020, nous informe que les entreprises doivent se numériser pour s'en sortir.

«La mise en place du click & collect ou d'un site d'e-commerce efficace ne sont que des étapes initiales d'une transformation inéluctable. Les entreprises et les commerces se rendront bientôt compte que le Web et les réseaux sociaux sont encombrés, et qu'il est très difficile de se faire connaître, de se différencier, de générer des leads, de les convertir en clients, puis de fidéliser sa clientèle, de l'animer et de la valoriser. C'est pourtant là que se situe la base du commerce !»

Consultez l'article ici !

- Enfin, la réalité reste bien compliquée comme l'indique Guillemette Jeannot dans son article du 22/01/2021 «Covid-19 : fragilisé par l'arrêt des salons, l'événementiel craint des dépôts de bilan en série» sur le site «france info».

Chaque année, 1 200 salons et foires, ainsi que 2 800 congrès se déroulent en France, sans compter les 380 000 événements d'entreprises ou d'institutions. Ils génèrent 39,4 milliards d'euros de retombées économiques (tourisme inclus) et permettent aux exposants de réaliser 34,5 milliards d'euros de flux d'affaires, selon les dernières statistiques 2019 (PDF) de l'Union française des métiers de l'événement (Unimev), qui regroupe les organisateurs, les gestionnaires de sites d'accueil et les prestataires de services.

FOCUS : comment la crise de la Covid-19 a impacté le secteur événementiel...

Le choc économique pour les entreprises de ce secteur est énorme. C'est pourquoi l'UNIMEV (Union Française des Métiers de l'Événementiel) a demandé le 8 janvier 2021 un plan de sauvegarde sur mesure.

> "Tout le monde sait dans le secteur que nous allons mettre trois ans pour revenir à un chiffre d'affaires viable."
>
> Javier Andres, patron de JMT France, *à franceinfo*

Découvrez cet article dès à présent ici !

A lire aussi :
- Retrouvez l'article «Mettre à profit la crise pour construire l'événement de demain»
- Retrouvez l'article « L'événement repensé de demain »