L'hybridation réussit à l'agence evea !

En mars 2020, le monde se confine pour se protéger, et l'activité principale d'evea, l'organisation d'événements en présentiel, 150 par an environ, devient tout à coup interdite. L'agence montpelliéraine s'est alors entièrement transformée en un temps record afin de proposer une offre digitale. Par Juliette Paoli.

Début de la pandémie, l'agence de communication événementielle créée en 2009 dont les clients sont dans l'IT ou encore la santé, doit choisir : fermer ses portes et mettre l'ensemble du personnel au chômage partiel ou imaginer une autre façon de rassembler et de communiquer. La seconde option est retenue après avoir réfléchi deux semaines. Pour continuer à accompagner ses clients et ses partenaires et leur proposer des événements virtuels cette fois, evea effectue à pas de charge, en trois mois seulement sa mue digitale, forme ses équipes pour réaliser des lives, écrire un script, monter des vidéos, recrute du personnel spécialisé (web designer, développeur, community manager ou encore content manager), explique **Julien Cremer**, directeur de l'agence.

Une offre digitale complète

Elle élabore une offre digitale complète afin de répondre à toutes les exigences de ses clients, qui pour certains découvrent totalement ce secteur. Elle crée au sein de son agence montpelliéraine un nouveau studio de captation vidéo et imagine des activités fun et décalées dans le cadre de ses évènements en distanciel : cours de cuisine ou d'œnologie, escape game, blind test, etc. « *Un premier live est lancé pour le client Dell, en s'appuyant sur la plateforme de streaming Vodalis* », relate Julien Cremer.

Gestion des datas, optimisation des leads, guerre de la communication digitale, l'agence adapte aussi son offre.

Enfin, dans cette période de travail à distance des collaborateurs et prestataires, elle met en place un CRM et des outils de suivi des projets ou de partage comme Notion.

Bien que la crise du Covid ait fait chuter de 50 % le chiffre d'affaires de l'agence, la métamorphose de son business model/process a été plus que favorable puisque la part de bénéfices reste inchangée. L'hybridation de l'agence a été la clé de son succès.

De nombreux autres projets à moyen et long terme

Aujourd'hui, les demandes digitales continuent d'affluer, car les clients, notamment internationaux, ont compris qu'elles augmentaient leur visibilité, donnaient plus de pérennité à leurs événements, et réduisaient leur empreinte carbone, entre autres. Et celles en présentiel font leur grand retour depuis l'été 2021. Les événements virtuels marquent des points en matière de RSE, évitant allers-retours en avion polluants et lourds aménagements du lieu d'accueil, souligne Julien Cremer. L'agence peut désormais allier son métier d'hier et celui d'aujourd'hui dans l'événement hybride.

Julien Cremer, directeur de l'agence installée à Montpellier

L'agence achète un nouveau pied à terre parisien afin de proposer un lieu d'échanges avec ses clients et partenaires en local. Il s'ajoute aux espaces mis à disposition à Montpellier. Elle développe une plateforme de diffusion de contenus, refond son site internet pour mettre en avant ses nouvelles compétences et ses outils internes de communication.

Les projets digitaux à moyen et long terme incluent notamment la mise en ligne d'une plateforme qui devrait permettre de modifier l'ensemble de sa stratégie business. Une pandémie et une transition digitale plus tard, evea a su forger sa capacité d'adaptation au point d'en faire son meilleur atout. ■