

Programmation



Conférences communes  
UTAC et CONTAC



1er jour : mardi 25 juin 2019

9h00 - 11h00	Accueil café .... Rencontres avec les 10 exposants		
11h00 - 12h30	Speedmeeting : rencontres conviviales, rapides entre confrères		
12h30 - 13h40	Déjeuner buffet		
13h40 - 13h45	Ouverture des Campus		
13h45 - 15h15	<p><b>T1 - ASSURANCES, RESPONSABILITES, ...</b> comment chacun (organisateur / free-lance / prestataires / exposants / ...) doit être couvert? Qui doit vérifier quoi? Quels sont les risques en cas de non couverture d'assurance?</p>	<p><b>T7 - WIFI Très Haute Densité, technologies et bonnes pratiques, ...</b>La transformation digitale des événements et des lieux événementiels impose des infrastructures capables de répondre à de très nombreuses sollicitations. Découvrez les technologies capables de répondre à ces problématiques, ainsi que les bonnes pratiques associées !</p>	<p><b>M1 - RGPD</b> : être en conformité - rapports avec les prestataires et responsabilités dans le traitements des données, risques financiers, risque en termes d'image - retours d'expériences et les opérations à réaliser pour être "dans les clous"</p>
15h15 - 16h00	Pause		
16h00 - 17h00	<p><b>T2 - GESTION PREDICTIVE DES FLUX DE VEHICULES</b> : Les montages de salons sont des opérations amenant de nombreux véhicules sur les sites. Le "calibrage" des durées d'accès en fonction des types de véhicules, des jours, des contraintes techniques tant des exposants, des installateurs que des sites est une des solutions permettant de fluidifier les accès et d'améliorer les temps de montage. Retours d'expériences.</p>	<p><b>C2 - 3 START'UP PITCHENT POUR L'EVENEMENTIEL :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>2LCONCEPT</b> : avoir des vues 3D de sa manifestation pour mieux la commercialiser</li> <li>- <b>ODIHO</b> : sonoriser une salle de conférences sans hautparleurs ... avec plus de confort pour les auditeurs et pour les exposants voisins... et à moindre frais !</li> <li>-</li> </ul>	<p><b>M6 - TENDANCES</b> .... Des pistes d'inspiration pour les pros de l'événementiel ! Macro-trends transversales et sociétales « make our planet green again » suivies d'un focus Design d'espaces, formes, couleurs, matières, végétal, atmosphères.</p> <p>-----</p> <p><b>M7 workshop (1ere partie) - STRATEGIE : LA PLATE-FORME DE MARQUE : ELEMENT CLE POUR DEFINIR VOS PLANS D'ACTION</b> : Pris dans le tourbillon des événements, il est difficile d'innover en permanence et de rester en phase avec son public, exposants et visiteurs. Prendre du recul en se faisant accompagner pour définir l'ADN de son projet, ses objectifs, forces et faiblesses, paraît important afin de pouvoir affiner ses orientations stratégiques et les plans d'actions qui peuvent en découler : développement commercial, communication, marketing, accueil de vos publics, scénographies et espaces de convivialité et d'animations. A la suite de la présentation du process, un workshop « étude de cas » sur une définition de valeurs, mission et objectifs</p>
17h00 - 17h45	Visite commentée des travaux du Parc des Expositions de la Porte de Versailles		
17h45 - 19h30	temps libre ...		
19h30 - 23h00	Diner ... + le OFF		

Exposition - rencontres avec les 10 exposants

Programmation



Conférences communes  
UTAC et CONTAC



2e jour : mercredi 26 juin 2019

8H15 - 8H45		Accueil café		
8H45 - 10H00	Exposition - rencontres avec les 10 exposants	<p><b>T3 - workshop : CONDITIONS &amp; TEMPS DE TRAVAIL :</b> Les conditions de travail dans des sites événementiels sont spécifiques : co-activité importante - durées d'intervention complexes - statuts des différents intervenants non homogènes. Quels sont les responsabilités de chacun? comment l'organisateur, le site prennent part à ces responsabilités en cascade.</p>	<p><b>C5 - EVOLUTIONS DES MOYENS DE PAIEMENT</b> - Aujourd'hui, on paie de plus en plus à partir des mobiles...</p> <p>Quels sont les différents modèles économiques (suivant les opérateurs, les plateformes...)? Quels services devront être apportés aux exposants pour leur permettre de vendre sur place ?</p>	<p><b>M2 - INFLUENCEURS</b> ... le grand bluff - revenons aux fondamentaux pour détecter les vrais influenceurs et construire une vraie stratégie pour travailler avec eux</p>
10h00 - 10h45		Pause		
10h45 - 12h15		<p><b>T4 - LES TECHNOLOGIES LED :</b> Nouveaux matériels, nouvelles capacités, ...les technologies LED apportent depuis quelques années un renouvellement complet du matériel et un accroissement des potentiels. Point sur les nouveautés et les perspectives.</p>	<p><b>C3 - PROTEGER SES SITES WEB.</b> Les sites internet des manifestations sont de plus en plus sujets à des attaques informatiques en règle ... Pour réduire leurs impacts, un certain nombre de dispositions sont à prendre.</p>	<p><b>M3 - REGARDER HORS DES FRONTIERES :</b> s'inspirer des manifestations en Europe pour développer des manifestations en France - Comment développer sa manifestation à l'international : accueillir des exposants internationaux - faire venir des visiteurs</p>
12h30 - 13h50		Déjeuner buffet		
13h45 - 15h15		<p><b>T5 - DRONES :</b> Ils sont de plus en plus présents. Du coup, les demandes pour l'utilisation des drones dans le cadre des manifestations devient de plus en plus fréquent. quelle est la réglementation dans le cadre d'un ERP - en espace libre / dans le cadre d'une manifestation. quels les dispositifs à mettre en place - quelles sont les responsabilités de chacun - comment ces risques doivent-ils être couverts?</p>	<p><b>C4 - ZEN !</b> ... le coordinateur d'événement et le responsable des RP sont classés 4e et 5e dans l'ordre des métiers les plus stressants (après militaire, pompier, pilote) .... Quels sont les trucs pour demeurer zen ou le devenir ??</p>	<p><b>M5 - ENGAGEMENT D'UNE COMMUNAUTE :</b> au-delà des opérations de communication vers les publics visiteurs, quels sont les outils, les méthodes, les moyens à mettre en œuvre ... et pour quelles retombées ?</p>
15h15 - 15h45		Pause		
15h45 - 16h45		<p><b>C1 - COMPORTEMENTS DES VISITEURS DANS UN SITE :</b> Assurer la fluidité des participants dans l'ensemble d'une manifestation est un impératif. Comprendre et appréhender les comportements des visiteurs dans un hall est une des conditions pour assurer cette fluidité. Retours d'expériences et outils de mesure des comportements.</p>	<p><b>M4 - INBOUND MARKETING :</b> faire venir l'exposant, et le visiteur à vous plutôt que de le solliciter ... quels sont les outils à mettre en place? Quel intérêt pour l'organisateur? En quoi l'efficacité des opérations de marketing et de communication s'en trouvent améliorées?</p>	<p><b>M7 workshop (2e partie - restitution) - STRATEGIE : LA PLATE-FORME DE MARQUE : ELEMENT CLE POUR DEFINIR VOS PLANS D'ACTION</b></p>
16h45 - 19h30		temps libre ....		
19h30 - 21h30		Diner de clôture		

Programmation au 23 avril 2019 - susceptible de modifications