

Glossaire événementiel et communication

Parce que les termes professionnels de l'événementiel sont souvent utilisés et parce que nous avons souvent tendance à croire que nous les connaissons tous, nous vous proposons de découvrir ci-dessous quelques définitions utiles.

Et si vous avez besoin d'informations complémentaires, n'hésitez pas, contactez nous !

Important : La reproduction des documents publiés sur ce site est seulement autorisée à des fins exclusives d'information pour un usage personnel ou privée. Toute reproduction et toute utilisation de copie réalisées à d'autres fins est expressément interdites.

1. Événementiel.

Convention

La convention est un événement important qui rassemble tous les collaborateurs d'une entreprise pour annoncer des décisions stratégiques et / ou faire le bilan des actions entreprises.

Lancement de produit

Le lancement d'un produit est une étape importante pour l'entreprise. Cette dernière crée souvent un événement à cette occasion pour marquer l'attention de ses différents publics (clients, collaborateurs).

Inauguration

L'inauguration permet d'inviter des personnes à découvrir un nouveau site, une nouvelle machine ou de nouvelles structures. Elle permet de « marquer le coup » en présence d'officiels (institutions), de responsables de l'entreprise, de clients ou de la presse.

Séminaire

Les séminaires sont des réunions de travail sur un thème donné. L'événement permet de sortir du contexte de travail habituel et allie souvent sur plusieurs jours, réflexion et détente.

Ils peuvent être organisés dans l'entreprise ou dans un hôtel voire à l'étranger.

Incentive

L'Incentive est un événement permettant à des personnes ou des groupes de se motiver.

On parle souvent d'Incentive pour la force de vente.

Les actions les plus courantes sont des défis, des challenges sportifs par exemple.

Ces événements permettent aux salariés de sortir du quotidien pour mieux se concentrer ensuite sur leurs objectifs.

Plénière

Une plénière est une réunion d'informations, rassemblant toutes les personnes lors d'un événement. Elle permet de présenter à l'ensemble des informations générales et stratégiques. Les participants peuvent ensuite être divisés en atelier thématiques ou en sous-commissions pour travailler en groupes.

Forum

Un forum est une rencontre de plusieurs acteurs, venant présenter leur activité, leur passion de façon interactive, sous forme de stands ou de conférences.

Salon

Sur un thème précis (exemple : le Salon de l'agriculture, le Salon de L'automobile), le Salon rassemble des exposants venant présenter leurs produits et services.

Show vendeur

Il s'agit d'un Salon organisé par un distributeur sur lequel sont conviés ses fournisseurs. Il invite ensuite ses clients à découvrir les nouveautés produits et à s'engager sur des commandes.

Stand

Sur une surface donnée, le stand est un ensemble de structures permettant à l'exposant de présenter ses produits.

Il comprend au minimum, moquette, cloisons, éclairage, enseigne et mobilier.

Il peut être fourni par l'organisateur du Salon (stand pré équipé) ou à la charge de l'exposant.

Stand traditionnel

Personnalisé, il s'inspire de l'image de l'entreprise exprimée sous forme de plan puis fabriqué, telle une construction avec différents types de matériaux (bois, métal, verre, plexiglas).

Stand modulaire

Il est composé de cloisons avec structures métalliques et panneaux mélaminé (Bois, blanc, couleurs).

Il comprend rampes de spots, moquette et enseigne drapeau.

Road show

Il s'agit de créer un forum, un concept d'événement unique, qui circulera de sites en sites, dans l'esprit d'une tournée.

Idéal pour des entreprises ayant des filiales dispersées, le Road show permet de communiquer de façon originale, interactive et conviviale.

Conférence de presse

La conférence de presse est un événement réunissant des dirigeants de l'entreprise et des journalistes ciblés. L'objectif est de rendre public des informations importantes.

Cette conférence de presse est utilisée lors des événements importants de l'entreprise (fusion, acquisition, introduction bourse ...)

Micro-trottoir

Le micro trottoir est un recueil de témoignages.

Il s'agit d'interviewer rapidement quelques personnes (souvent une ou deux questions simples) et faire le bilan des réponses.

Il est utilisé pour des formations ou dans le cadre de conventions. Il peut être sérieux mais aussi humoristique.

2. Communication

Logotype (ou logo)

Il s'agit d'une expression graphique du nom de l'entreprise exprimée souvent avec une typographie et un symbole graphique.

Charte graphique

La charte graphique est une déclinaison à partir du logotype, de l'ensemble des documents de l'entreprise. Elle permet de créer l'identité visuelle reprise sur les cartes de visite, papier à entête, factures, véhicules ou panneaux.

*** Ces définitions ont été rédigées par l'équipe TAPIS ROUGE.**
Elles n'ont donc pas une définition universelle, mais vous permettent de comprendre les termes professionnels de la communication événementielle.