

COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 30/09/2024

REJOLT ET PECLERS DEVOIENT LE FUTUR DE L'ÉVÉNEMENTIEL D'ENTREPRISE

Rejolt, solution leader de l'organisation d'événements d'entreprise, et Peclers Paris, agence conseil en tendances et prospective, présentent le premier cahier de tendances dédié à l'événementiel d'entreprise. L'objectif : montrer comment quatre grandes tendances sociétales se diffusent aujourd'hui dans les événements d'entreprises. A travers ce partenariat, Rejolt affirme sa place de leader innovant sur son marché, et inspire les 40 000 prestataires (hôtels, restaurants, traiteurs, scénographes...) présents sur sa plate-forme.

Quelles grandes tendances sociétales influencent l'événement d'entreprise ? Comment concilier, au cours d'un événement, les **aspirations des collaborateurs** avec les **messages que souhaite leur transmettre** l'entreprise ? Rejolt, leader de l'organisation d'événements d'entreprise, et Peclers Paris, cabinet de conseil en tendances et design. Les deux acteurs publient aujourd'hui leur **premier cahier de tendances consacré à l'événementiel d'entreprise**. Pour cette première édition, **quatre tendances fortes** s'imposent :

1. L'EUPHORIE CREATIVE



Cette tendance illustre la volonté croissante des collaborateurs de **devenir partie prenante des événements**, en y injectant leur propre créativité.

En répondant à cette attente, les entreprises peuvent devenir de véritables curateurs d'expériences, fédérant les individus autour d'un art à vivre et les invitant à **enrichir à leur tour la marque**.



« Cette aspiration peut se traduire par des propositions de rencontre avec des artistes, des opportunités de création partagée, détaille **Mickaël Hadjadj, CEO de Rejolt**. Ou encore, à des événements inspirés du monde de la nuit et du spectacle vivant, pour des expériences inspirées de cultures « alternatives ».

1. *Brainstorm, Frameless, UK, 2024. Célébrant l'anniversaire d'un album de Pink Floyd, Gala Wright a créé une expérience muséale immersive. L'activité cérébrale des visiteurs est scannée, produisant une œuvre évolutive.*

2. *Vesper Bar, hôtel The Dorchester, UK, 2024. Le Vesper Bar propose des cocktails inspirés par les souvenirs de ses mixologues, stimulant le lien émotionnel entre les clients et l'hôtel.*

2. L'ECO-INTENTIONNALITE



Les attentes des collaborateurs en matière de responsabilité environnementale ne cessent de croître. Mais, dans le même temps, un nouvel enjeu émerge : la recherche d'**événements à la fois durables et désirables**, permettant de **passer de la contrainte au plaisir**. Le résultat? **L'impactainment**, contraction de impact et de entertainment : l'écologie devient ludique, créative, surprenante et participative.

« Dans l'événement, les possibilités de traduire cette tendance s'avèrent multiples, poursuit Mickaël Hadjadj. Des **packagings aux aliments**, en passant par des animations ludiques et responsables, les entreprises entraînent leurs collaborateurs dans une démarche d'écologie positive Innovante ».

1 Papier comestible à base de kiwi, Mâche&Maché, FR, 2024. Repenser les emballages et des aliments permet de renouveler le catering en expériences circulaires et désirables.

2. Néo-matérialités, Chloé Rutzerveld, Le Cube, FR, 2024. Pour engager une réflexion sur le futur de l'alimentation, les visiteurs sont invités à concevoir un plat du futur à base de cellules animales et végétales.

3. LE BIEN-ETRE RADICAL



L'exigence de bien-être glisse peu à peu de l'intime vers le public, amenant les entreprises à s'en emparer. Par le collectif, mais aussi grâce aux nouvelles technologies, des expériences aussi vivifiantes que bienfaitantes émergent.

« L'entreprise a un rôle majeur à jouer dans cette quête, affirme Mickaël Hadjadj. Proposer des **expériences collectives de bien-être, de relaxation**, permet de manifester une attention renouvelée à ses collaborateurs. Ces activités, surtout si elles prennent place dans des lieux inédits, offrent également l'occasion de mobiliser des technologies innovantes, permettant à l'entreprise d'exprimer sa modernité et son ouverture à un rapport au travail différent ».

1 Echoes of the Earth – living archive, Refik Anadol, Serpentine North Gallery, UK, 2024. Par l'IA, cette installation immersive donne vie à une flore futuriste, où sons, images et odeurs évoluent, générant une relaxation contemplative.

2. Room to dream, Hôtel Kimpton Fitzroy, UK, 2024. L'hôtel offre une expérience de rêve lucide via une berceuse immersive en VR, des compléments alimentaires et des soins ciblés pour stimuler le sommeil réparateur et créatif des hôtes.

4. LE AWE EFFECT



Le awe effect (**émerveillement**) représente la capacité de l'expérientiel à générer de la **surprise**, du **plaisir**. La notion d'évasion intègre la performance et le dépaysement extrême, introduisant de l'extraordinaire dans l'ordinaire.

« Il s'agit, lors des événements d'entreprise, **d'inviter le monde du divertissement**, voire de distiller des **références régressives** dans les expériences déployées, reprend Mickaël Hadjadj. Sans oublier, pour une cohérence avec les messages de l'entreprise, de proposer des rencontres participatives avec des **créateurs d'exploits**, dans tous les sens du terme. Il ne s'agit pas de surprendre pour surprendre, mais d'éveiller la créativité de chacun, au service d'un objectif commun »

1 El Cosmico, USA, 2026. Le premier hôtel de luxe imprimé en 3D proposera une expérience d'hospitalité immersive avec un design intégré pleinement dans son environnement naturel, rappelant des terres martiennes. Proposer des immersions où nature et technologie entrent en fusion rend possible la création d'expériences futuristes.

2. Jacquemus, Le Bleu, Selfridges, UK, 2022. Le pop-up de la marque de mode met en scène ses vêtements au cœur d'une salle de bains gigantesque et décalée. Proposer des espaces immersifs, ultra-thématisés, permet d'insuffler un plaisir régressif.

Avec ce premier cahier de tendances événementiel, Rejolt affirme sa différence sur son marché, en démontrant sa capacité à **anticiper les évolutions sociétales** qui se diffuseront dans l'entreprise. La plate-forme utilisera également ces éléments comme **moteur d'inspiration pour ses 40 000 partenaires**, prestataires de l'événement. « Nous avons, depuis notre création, joué un **rôle pionnier sur notre marché**, reprend Mickaël Hadjadj. Au-delà de l'excellence technologique et opérationnelle, nous comptons poursuivre dans cette voie de l'innovation créative, en ouvrant le champ des possibles pour nos clients comme pour nos partenaires ».

Découvrez ici l'intégralité du cahier de tendances Rejolt x Peclers (((lien)))

A propos de Rejolt

Rejolt est une entreprise française créée en 2012 par Mickaël Hadjadj. Leader de l'organisation d'événement d'entreprise, REJOLT est aujourd'hui la première plate-forme d'organisation d'événements d'entreprise, avec plus de 40 000 prestataires référencés. Rejolt propose un progiciel permettant le paiement centralisé et automatisé des fournisseurs, mais aussi de monitorer l'ensemble des achats de l'entreprise et d'en assurer la conformité. Plus d'informations sur www.rejolt.com

Contact presse – Agence Beyond

Constance Legrand clegrand@beyondcom.fr - 06 79 98 30 92