

The top half of the image features a dark teal background with a complex network of light blue lines and dots, resembling a social media or data network. A large, stylized, semi-transparent # symbol is overlaid on the right side of this network.

**Délivrer de l'impact
social à travers les
événements
d'affaires**

Pratiques exemplaires
pour l'industrie

**# MEET
4 IMPACT**

Délivrer de l'impact social à travers les événements d'affaires

Pratiques exemplaires pour l'industrie

Cette recherche a été réalisée dans le cadre d'un projet porté par #Meet4Impact, dont l'objectif est de créer un savoir collectif sur l'impact social des événements d'affaires et les stratégies entreprises afin de créer et maximiser ces impacts.

#Meet4Impact est une organisation à but non lucratif basée à Montréal, et dont la mission est de développer la compréhension de l'impact social, ainsi que d'apporter un soutien aux organisations et associations dans la création, la mesure et la communication d'impact social à travers leurs événements d'affaires.

Cette recherche a été réalisée grâce au soutien du Palais des Congrès de Montréal et de l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Elle a également été en partie financée par MITACS à travers leur programme « Accélération », permettant aux jeunes chercheur(e)s d'intégrer une entreprise à titre de stagiaire et partager ainsi leurs expertises dans le cadre d'un projet donné.

La recherche n'aurait pu avoir lieu sans l'aide des membres de l'équipe de #Meet4Impact et de sa présidente Geneviève Leclerc, ainsi que du soutien du professeur Reda Mohammed Khomsi.

Fernandez-Aubin Lyla
Étudiante de deuxième cycle à l'UQAM,
Stagiaire-chercheuse pour #Meet4Impact

Table des matières

01	Au-delà des bénéfices touristiques	P 2
Au-delà des bénéfices économiques		
02	Legs ou impact ?	P 4
Différencier legs et impact	Qu'est-ce qu'un legs ?	
	Qu'est-ce qu'un impact ?	
	Qu'est-ce qu'un impact social ?	
03	Pourquoi évaluer l'impact social ?	P 14
Évaluer l'impact social		
04	La méthodologie de #Meet4Impact	P 15
Méthodologie #Meet4Impact		
05	Pratiques exemplaires pour l'industrie	P 16
Recherche et méthodologie		
06	Scénarios	P 43
Scénarios		

L'industrie de l'événementiel est en constante évolution depuis les années 80 (Piriou et al., 2017). Intégrée aux logiques métropolitaines sous diverses formes (événements culturels, sportifs, conférences, etc.), cette industrie représente aujourd'hui une véritable ressource de développement pour les territoires (Guala, 2009 ; Piriou et al., 2017 ; Christofle et Massiera, 2009). En effet, les événements, et plus particulièrement les grands événements, ont été reconnus pour leur effets positifs notamment sur l'image et la visibilité des destinations hôtes à l'international (Piquerey, 2017 ; Pirou, 2017 et al.). Ils ont aussi été discutés en rapport aux bénéfices économiques, provenant notamment des dépenses touristiques, et à la régénération urbaine que certains d'entre eux engendrent (Davis et Thornley, 2010 ; Piriou et al., 2017; Christofle et Massiera, 2009).

Les événements requièrent des structures permettant non seulement leur déroulement mais aussi leur accessibilité et l'accueil des participants (hôtels, etc.). Accueillir un événement suppose donc l'aménagement, voire la restructuration, des espaces dans lesquels ils se déroulent (Gravari Barbas et Veschambres, 2005; Gravari Barbas et Jacquot, 2007). Dans ce sens chaque événement participe en quelque sorte à la régénération urbaine des villes dans lesquelles ils prennent place. Les Jeux Olympiques en sont l'exemple parfait, et certainement le plus discutés en termes de régénération urbaine, puisque l'accueil de ces jeux est souvent accompagné par la création de grandes infrastructures (routes, hébergements, etc.) (Liao et Pitts, 2006; Gold et Gold, 2009). L'événementiel apparaît ainsi tant comme une stratégie de développement qu'une stratégie de démarcation pour les destinations, qui dans un contexte de compétition intra et internationale se livrent à une course à la distinction dans le but d'attirer les capitaux humains et financiers.

De nos jours, l'importance d'une ville se mesure en rapport à sa capacité à se démarquer sur la scène internationale, non seulement selon son rayonnement, mais aussi selon « la diversité et le niveau de ses fonctions, économique, financière, culturelle, touristiques, de son attractivité et de son ouverture [...] » (Christofle et Massiera, 2009). Le tourisme de réunion et de congrès (TRC), de par l'organisation d'événements internationaux regroupant des professionnels et intellectuels de haut niveau, et s'appuyant sur les fonctions urbaines supérieures de la destination (recherche, affaires, etc.), agit « à la fois comme agent et résultat dans les processus d'internationalisation et de métropolisation » (Christofle et Massiera, 2009). Le TRC permet donc non seulement de renforcer ces différentes fonctions mais aussi de les médiatiser sur la scène internationale. Dans ce contexte, l'événementiel d'affaires devient un élément clé des stratégies mise en place par de nombreuses métropoles afin de se positionner favorablement sur l'échiquier mondiale et permettre ainsi d'attirer les investisseurs et d'assurer le développement (Christofle et Massiera, 2009). Mais les événements d'affaires sont également reconnus pour les retombés touristiques qu'ils engendrent, notamment en rapport aux dépenses des délégués mais aussi en tant qu'agent de valorisation de l'image. Ces événements ont donc un impact économique et communicationnel important et deviennent des outils stratégiques pour les destinations.

Pour certains auteurs (Dwyer et al., 2000 ; Carlsen et al., 2001; Edwards et al., 2011, 2017 ; Deery et Jago, 2010 ; Teulan, 2010 ; Foley et al., 2010, 2013; Mair, 2013; Richards et al., 2013; 2014; Du Cros et al., 2017; Hansen, 2020) ces événements ont cependant trop longtemps été valorisés uniquement en rapport à leur impact économique, et plus particulièrement aux retombés touristiques qu'ils engendrent. Selon eux, ces événements sont également une source d'impacts diversifiés.

Au-delà des bénéfices économiques

Les années 2000 marquent un tournant dans la façon d'appréhender les impacts engendrés par les événements d'affaires. En effet, dans le milieu académique un nombre croissant de chercheurs et chercheuses (Dwyer et al., 2000 ; Carlsen et al., 2001 ; Edwards et al., 2011, 2017 ; Deery et Jago, 2010 ; Teulan, 2010 ; Foley et al., 2010, 2013 ; Mair, 2013 ; Richards et al., 2013 ; 2014 ; Du Cros et al., 2017 ; Hansen, 2020) remarquent que la valeur sociale de ces événements et l'impact plus large qu'ils génèrent a trop souvent été négligée dans la littérature en faveur des impacts économiques. Cette démarche apparaît également dans le milieu professionnel. Les rapports et articles réalisés par le Joint Meeting Industry Council et publiés sur leur plateforme « *the Iceberg : legacies of business events* », le programme « *Incredible Impact* » mis en place par ICCA en collaboration avec BestCities, ainsi que les différents articles publiés par Boardroom et d'autres revues professionnelles, démontrent une véritable volonté de la part de l'industrie de faire valoir la valeur sociale des événements d'affaires, tant pour les participants que pour les secteurs d'affaires et les communautés hôtes.

01

**Au-delà des
bénéfices
économiques**

Selon Foley et al. (2013 :3) « *the implicit connection between the tourism industry and business events has led to the value of business events being largely determined by directly measurable, economic benefits that relate, almost exclusively, to the tourism industry* ». De ce fait, les événements d'affaires ont surtout été considéré comme des sources de retombées économiques pour les destinations, et la littérature s'est donc surtout interrogée sur comment mesurer et justifier ces dernières. Cependant en tant qu'espace de relation sociale et de partage de connaissances, ces événements sont des sources d'impacts allant bien au-delà des traditionnels impacts économiques.

En effet, certaines études (Jago et Deery, 2010; Foley et al., 2013; Edwards et al., 2010, 2017) ont permis de démontrer les différentes opportunités générées par ces événements. Selon Jago et Deery (2010) les événements d'affaires permettent non seulement la dissémination des connaissances, le développement de collaboration intra et internationale, de l'éducation, la création d'opportunités d'affaires ou encore le renforcement des relations B2B.

Foley et al. (2013) viennent renforcer ces résultats en avançant que les événements d'affaires sont effectivement à l'origine d'un certain nombre de legs tangibles et immatériels allant au-delà des bénéfices économiques. Selon les auteures, ces événements favorisent la dissémination de nouvelles connaissances, pratiques et théoriques, qui en retour agit sur la condition des populations hôtes. En effet, « *this transfer of knowledge has implications for the local community, evidenced in the implementation of new knowledge, techniques, or material into professional practice in the relevant sector* » (Foley et al., 2013: 315). De plus, ces événements favorisent non seulement le développement de relations professionnelles et donc par la même occasion de nouvelles collaborations, ce qui en retour stimule l'innovation tant dans le milieu professionnel qu'académique, mais ces événements offrent également un nombre de bénéfices pour le secteur de l'éducation de la destination hôte. En effet, les événements d'affaires fournissent aux étudiants participants, la possibilité de construire des relations mais également l'opportunité d'obtenir une certaine validation de leur travail et de renforcer leur confiance dans leur activité professionnelle. De plus, ces événements agissent aussi comme des espaces d'exposition du secteur de l'éducation de la destination hôte, permettant ainsi de renforcer son attractivité dans ce secteur et favorisant la captation de nouveaux étudiants, professeurs, et autres académiciens.

Une autre opportunité générée par les événements d'affaires est la possibilité d'accéder à des fonds supplémentaires et ainsi favoriser le développement de la recherche dans divers secteurs. En effet, les différentes associations, organisations, centres de recherche, et tout autres parties prenantes, « *through the event, have increased access to additional sources of funds, which in turn can have implications for the sector in terms of growing future research capacity* » (Foley et al., 2013: 318). Ces fonds peuvent provenir non seulement d'acteurs du secteur privé mais également des institutions gouvernementales.

Finalement, la couverture médiatique offerte par les événements d'affaires permet non seulement d'exposer les différentes organisations qui sont associées à l'événement, donc les caractéristiques et forces des différents secteurs présent à destination, mais aussi d'accroître l'attention portée sur des problèmes spécifiques dans un secteur donné, ou sur des enjeux sociaux plus généraux. En effet, « *business events are capable of raising both public and government awareness of sector specific issues* » (Foley et al., 2013 :319), mais ils sont également des outils de sensibilisation pour les enjeux sociaux plus généraux. Ces événements agissent ainsi comme des catalyseurs de changement, car l'attention médiatique et la sensibilisation accru du public et des secteurs privés et du gouvernement permettent d'agir comme levier pour déployer un support financier gouvernemental plus important, voire même parfois la révision de certaines politiques. Mais la médiatisation générée par ces événements agit également comme outil de promotion de la destination. En effet, l'exposition des talents locaux au sein de ces événements permet de développer la réputation de la destination hôte, en tant que « *place of highly skilled, capable, world leading researchers, educators, and practitioners in a specific sector* » (Foley et al., 2013:320), tandis que la médiatisation de l'événement en tant que tel, permet d'affirmer la capacité du territoire à accueillir ce type d'événement donc renforcer sa réputation en tant que destination d'affaire.

Les événements d'affaires sont donc des catalyseurs d'impacts allant bien-au-delà des impacts économiques. Leur accueil et organisation génère des changements tant pour les participants, que pour les organisations, la destination et la communauté hôte. Selon Edwards et al. (2107), si ces opportunités ou legs sont générées directement après l'événement, leurs effets peut être ressenti longtemps après que celui-ci soit terminé. En effet, certains « *outcomes [...] come to fruition years, and even decades, after the event has taken place* » (Edwards et al., 2017 :9). Par exemple, la sensibilisation générée par la médiatisation d'un événement portant sur un enjeu particulier dans la communauté, permet d'accroître la considération des gouvernements sur ces sujets et leur support financier, et ultimement favorise le développement de politique et un changement positif de la condition de vie de cette communauté. Les événements d'affaires s'ils génèrent du changement à court terme, peuvent donc aussi provoquer des changements sur le long terme.

On remarque que la littérature bien qu'elle s'entende sur le fait que les événements sont des catalyseurs de changement à court et long terme, ne semble pas s'entendre sur le terme à associer à ces derniers. Ce phénomène est ainsi décrit par les études à partir des termes legs, conséquences, impacts, mais aucune ne semble vraiment définir ce qui est entendu par ces notions. Afin d'établir comment ces deux termes seront compris dans la présente étude, il est donc nécessaire de définir les notions d'impact et de legs.

Legs ou impact ?

Si de nombreux académiciens et professionnels se sont interrogés sur la question de l'impact et du legs dans le contexte événementiel, notamment sur la question de leur mesure, très peu ont considéré le processus qui menait à leur création ou encore les liens qui pouvaient exister entre ces deux notions (Preuss, 2007, 2015, 2019 ; Preuss et Gratton, 2008 ; Richards et al., 2014 ; Getz, 2019). On remarque ainsi qu'il existe une certaine confusion au sein de la littérature tant académique que professionnelle. En effet, il n'existe pas de définition commune du legs ou de l'impact et la littérature tend à utiliser ces notions de façon incohérente, soit comme des synonymes ou alors comme des termes référant à des phénomènes différents.

L'étude propose ainsi de définir le legs et l'impact, dans le but de comprendre à quoi ils correspondent mais aussi les liens qu'ils partagent.

Qu'est-ce qu'un legs ?

Sous sa forme anglophone, le legs ou « *legacy* » est défini par le dictionnaire en ligne Merriam-Webster, en tant que nom ou adjectif. En tant que nom il désigne « *a gift by will especially of money or other personal property* », ou « *something transmitted by or received from an ancestor or predecessor or from the past* », ou encore « *a candidate for membership in an organization (such as a school or fraternal order) who is given special status because of a familial relationship to a member* » (Merriam-Webster, 2020). On voit ici qu'en tant que nom le terme réfère à une transmission légitime d'un bien tangible ou intangible. On entend ici par légitime le fait que cette transmission ne peut être contredit. Le lien entre les deux entités donneurs/receveurs est logique. La personne qui reçoit est lié directement à celui qui donne. Dans le contexte de l'événement on pourrait parler d'attribution. Le legs étant directement transmis par l'événement aux participants et communautés, l'événement s'attribue donc le legs créé, il lui est directement associé.

Il faut noter aussi que ce même dictionnaire, associe étymologiquement « *legacy* » au terme latin « *legatus* » qui désigne un poste, tels un ambassadeur, un député, un légat, ou lieutenant, etc., définit comme celui qui est **chargé** ou **envoyé** pour une **mission** (Dicolatin, n.d.). Dans son application transitive ce même terme renvoie à l'action de « **charger** », « **envoyer** », « **déléguer** » ou encore « **léguer** » (à) quelqu'un ses **fonctions**, sa **mission** (Dicolatin, n.d.). On retrouve ici la transmission logique qui se fait d'une personne vers une autre, d'un objet vers un autre. Mais surtout on remarque l'existence d'une transformation liée à l'action de cette transmission sur la personne ou l'objet qui reçoit (obtention de plus de pouvoir, nouvelle possession, etc.).

Selon Preuss (2006: 3), dans le contexte événementiel, comprendre la notion de legs comme un don transmis par testament « [...] *is not satisfactory for two reasons: [f]irst a property belongs to someone, while an event "left over", such as image, motivation or knowledge is not the property of the event organisers, nor is it that of politicians or sport federations* ». Si nous pouvons nous accorder à Preuss dans cette logique, il est aussi possible de comprendre cette définition comme un don volontaire non lié obligatoirement à une propriété mais plutôt à une **ressource**. Une ressource qui est transmise de manière volontaire et légitime à travers l'organisation et l'accueil de l'événement.

Le dictionnaire Merriam-Webster indique aussi que « *legacy* » peut référer à un adjectif, dans tel cas il peut être compris par les termes suivants : « *of, relating to, associated with, or carried over from an earlier time, technology, business, etc.* » (Merriam-Webster, 2020). On constate encore ici que le terme fait intervenir une condition relationnelle et temporelle. Quand un nom est associé à « *legacy* » il invite donc à voir une relation logique à travers le temps entre le nom et ce qu'il laisse, offre. Dans ce sens, lorsqu'on utilise le terme legs dans sa forme adjectivale, on parle en fait des conséquences et des effets associés à ce legs et non pas du legs en tant que tel.

02

Différencier
legs et
impact

Dans la littérature francophone le « legs », se retrouvent également sous le terme « héritage ». Du verbe « *lais* » signifiant « laisser », le terme « legs » est aujourd’hui associé, suite à un faux rapprochement, au verbe latin « *legatum* », « léguer » qui signifie « donner par testament ou par un **acte de dernière volonté** » (Littré (a), n.d.). Ici encore, si la première racine ne laisse entrevoir aucune volonté ou obligation au sein de l’action, le rapprochement à « *legatum* » amène à voir la notion d’une tout autre manière. Dans ce deuxième cas elle implique l’aspect volontariste et processuelle de l’action ainsi que la dimension légitime de la transmission.

Le terme « héritage » quant à lui désigne « Ce qui **vient par voie de succession** », il se dit aussi bien « d’un trône qui passe de rois en rois dans une même famille » que de biens fonciers, « immeubles réels, comme terres, maisons ». Mais il peut aussi désigner aussi « ce qui arrive », comme le fait même de recevoir, suite à un événement de la vie quotidienne, quelque chose de tangible ou d’intangible et de positif ou négatif, qui peut bouleverser/changer la vie de celui ou celle qui vit l’événement en question (Littré (b), n.d.). Le dictionnaire en ligne de la langue française apporte un peu plus d’information sur le terme en distinguant sa définition par l’approche matériel ou symbolique/sociale (La langue française, 2020). En prenant l’approche matériel, le terme est défini comme l’ « action d’hériter », ou comme un « patrimoine que laisse une personne à son décès; patrimoine recueilli par voie de succession », comme le fait de « **recueillir la succession** de quelqu’un ». En parlant du terme comme « un caractère physique et/ou moral, [...] un trait de caractère, [...] un comportement, etc. », celui-ci est désigné comme « ce qui est **transmis par les ancêtres** ou plus directement par les **parents** » ou « ce qui est transmis par les **générations précédentes**, ce qui est reçu **par tradition** ». Dans un contexte religieux il fait aussi référence à « l’objet de l’espérance du croyant (royaume de Dieu) », il désigne ainsi ici ce qui **est attendu et espéré** (la langue française, 2020).

On constate que les différents sens attribués aux termes « legs », « héritage » et « *legacy* » amènent tous à voir les aspects **volontariste, légitime et logique** (relationnel), ainsi que l’aspect **temporel**, liés à l’**action de transmission** d’une ou de plusieurs **ressources (matérielle ou immatérielle)** dont l’**obtention** va provoquer un ou des **changements** chez celui qui reçoit. De plus, l’association du terme « héritage » au contexte religieux, amène à voir un autre aspect de la notion, celui d’attente et d’espérance relatifs à l’obtention de ces ressources. Le legs est donc aussi associé à des **attentes et des espérances particulières**, elles-mêmes liées aux ressources qui vont être transmises et obtenues.

Il est aussi important de noter que sous sa forme adjectivale, le terme legs fait plutôt référence à l’ensemble des conséquences et effets qu’il a générés dans le temps. Sous cette forme, il n’est donc pas question du legs en tant que tel mais plutôt des transformations observées dans le temps qui proviennent de la création de ce legs.

Afin d’appréhender ce terme au sein du contexte événementiel, il est essentiel de comprendre comment celui-ci a été utilisé au sein de la littérature.

Si l'on observe la littérature portant sur le legs des événements, on constate qu'au départ, les discussions s'inscrivent dans un contexte plus large et souvent dans une approche psychologique ou sociale. En effet, la littérature s'intéresse avant tout aux événements naturels et historiques qui prennent place dans les sociétés (Bredendiek, 1962 ; Gash, 1978). Ces études questionnent et réfléchissent aux conséquences et changements qu'engendrent ces événements tant sur la société en général (dynamiques sociétales) que sur les individus. On parle de ce qui est laissé par ces événements sans véritables intentions premières mais qui ont des conséquences provoquant des changements sur le territoire où ils ont lieu. Bien qu'on ne fasse pas mention de l'événement organisé, on voit que l'événement, dans son sens large, est déjà questionner en rapport aux conséquences qu'il engendre et les changements qu'il peut produire tant sur les individus que sur un groupe, une population ou une société. Au sein du contexte événementiel, c'est avec les Jeux Olympiques, qu'on commence à voir un intérêt pour le legs ou « *legacy* » (Gold et Gold, 2009). Bien avant qu'il ne soit utilisé de manière officielle au sein des documents d'appels d'offres, on s'intéressait tout de même à ce que l'organisation de ce type d'événement pouvaient apporter au territoire hôte.

En effet, La notion se retrouve avant tout dans la volonté même de revitaliser les Jeux à l'international (Gold et Gold, 2009). Bien que la considération des conséquences de l'organisation de ces événements sur les villes hôtes et sur leur population n'était pas inscrite directement dans la démarche des organisateurs, la volonté d'apporter une amélioration à travers la mise en place de l'événement, était présente depuis les débuts (Liao et Pitts, 2006; Gold et Gold, 2009; Leopkey et Parent, 2011). L'objectif était d'utiliser l'événementiel afin de redynamiser la pratique du sport et la participation, autant au niveau élitiste que de manière générale, mais aussi de permettre le développement des administrations sportives des pays hôtes :

« They were a vehicle that might leave a tangible legacy, in the senses of the development of sports administration in the nations where the Games were held, encouragement of spectatorship and promotion of participation in sport at both elite level, where they promoted excellence, and at grassroots level, where they encouraged health and well-being » (Gold et Gold, 2009: 11).

C'est à partir des années 80 et 90 qu'on commence à utiliser le terme de manière explicite et le legs devient un véritable projet intégré dans la préparation des Jeux (Gold et Gold, 2009). Dans ce contexte, le legs apparaît comme un objet tangible, on parle alors de la création de nouvelles infrastructures (stades, routes, hébergements, etc.) et des retombées économiques directes, mais il apparaît aussi comme une structure immatérielle, et dans ce cas-ci le legs réfère aux dynamiques générées par l'événement ayant un potentiel de transformation de la condition des participants et des communautés hôtes (production d'idées, médiatisation du territoire et de sa communauté, régénération urbaine, etc.) (Gold et Gold, 2009).

Selon Preuss (2015) les legs peuvent être distingués comme suit : le « *'placebo' legacy* », référant à un legs qui s'est finalement intégré aux logiques de développement du territoire ; le « *retro legacy* », produit par un changement sur une structure déjà présente au sein du territoire mais qui est renouvelé ; le « *re-use legacy* » qui est produit par la réutilisation, sous un nouvel usage, d'une infrastructure créée par l'événement ; et l' « *after-use legacy* », qui est produit par la réutilisation de cette infrastructure créée mais cette fois avec le même usage de départ (Preuss, 2015; Elo, 2016 :57). Elo (2016: 58) fait notamment remarquer que « *each event requires its own particular structures and cities differ in the structures they have available, thus every legacy is different for each host, even if the event is hosted in the same place again* ».

Bien que différents chercheurs se sont intéressés à la question, il semble exister un déficit épistémologique de la notion de legs et on ne retrouve pas de définition commune du terme mais plutôt des tentatives de définitions :

Littérature anglophone :

- « [...] *irrespective of the time of production and space, legacy is all **planned and unplanned, positive and negative, tangible and intangible structures created for and by a sport event that remain longer than the event itself*** » (Preuss, 2007: 211).
- « *'Legacy' also includes a **wider range of phenomena** than is the practice with alternative terms. Central to categorising the inclusiveness of phenomena is the distinction between **'tangible'**(*'hard'*) and **'intangible'** (*'soft'*) legacy » (Gold et Gold, 2009 :10)*
- « [...] *early references to legacy were commonly discussed as **benefits** or as **motivation** to host the Games and **emphasized the successful organization** of the Games through the provision of necessary competition venues with the eventual inclusion of their **expected post-Games use*** » (Leopkey et Parent, 2012 :3)
- « [...] many aspects and dimensions, ranging from the more **commonly recognized aspects** – architecture, urban planning, city marketing, sports infrastructures, economic and tourist development – to others [...] that are less well recognized [...] the **so-called intangible legacies**, such as production of ideas and cultural values, intercultural and non-exclusionary experiences [...] popular memory, education, archives, collective effort and voluntarism, new sport practitioners [...] experience and know-how » (Gold et Gold, 2008: 1923).
- « While many festivals and events are focused on generating **short-term, nonpermanent activities (impact)**, others specifically seek to generate **longer-term** and often **less tangible outcomes** such as new identities for localities, enhanced social capital, and improved community well-being (**legacy**) » (Davies, 2015: 435).
 - « A legacy is that which:
 - Remains **longer than an impact** and can be **long or short in duration**.
 - **Develops new opportunities out of an initial impact**, and with time as the environment changes may obtain its own dynamic.
 - Can be **cause indirectly by the event impact**.
 - Can be **both positive and negative and tangible and intangible**.
 - Can **operate at the individual, local, international, or global scale** » (Davies, 2015: 435).
- « [...] legacy itself is **not the structural change**, but is rather **the consequence of this change** » (Preuss, 2019: 106)
- « Legacies **are also impacts**, but **only those that are caused by the structural changes** that were previously made by the Olympic Games. Legacies last much longer because the structural changes create ever new consequences » (Preuss, 2019: 107)
- « Legacy can be regarded as a **process** and/or as an **outcome**. If legacy is **defined as outcome, it must refer to a certain time span**. Even though this enables us to measure a legacy, we need to accept that a given time span limits including the entire picture of a legacy » (Preuss, 2019: 107)

Tandis que dans le contexte francophone, bien qu'on fasse mention de la notion de legs ou plutôt d'héritage dans certaines études sur les Jeux Olympiques, il semblerait que le sujet soit abordé de manière implicite.

Littérature francophone :

- « Un festival fait prioritairement le **bilan de sa réussite** (en termes de **retombées culturelles, économiques, sociales**, etc.) sur la **base de ce qu'il a offert ou généré** pendant les quelques jours de son déroulement. Mais les **retombées à plus long terme** ne sont pas négligées. Bien que fonctionnant sur des temporalités différentes, les **différents acteurs qui gravitent autour d'un festival** (organismes, municipalités, associations, acteurs économiques...) ont tendance à **vouloir le pérenniser** [...] » (Gravari-Barbas et Veschambre, 2005: 286)
- « Le temps festif ne constitue qu'une des dimensions temporelles de l'événement urbain, qui s'appuie sur l'attente, l'urgence, la **volonté de durer** et la mise en récit pour **légitimer les actions menées**. Cette maîtrise de temporalités permet une maîtrise de l'espace et la construction d'un projet urbain, qui s'appuie sur une **vision de la ville, que l'événement urbain est appelé à renforcer**. » (Gravari-Barbas et Jacquot, 2007 : 18)
- « Bien qu'éphémère, un événement tel qu'une Exposition internationale **laisse des traces matérielles et immatérielles** dans la mémoire collective. Comment appréhender, dans une perspective géographique, la **postérité d'un événement** dont l'essence même est d'être inscrit dans le temps restreint de la célébration ? » (Clarimont et Leichnig, 2014: 3)

Plusieurs constats peuvent être fait suite à l'analyse de ces définitions et de ces passages portant sur la notion de legs. Premièrement, on remarque que la notion est associée à une motivation ou aux bénéfices liés à l'accueil d'un événement poussant à l'action différents acteurs. Comme nous avons pu l'observer plus-haut, le legs est donc associé à des attentes et espérances particulières qui sont liées à l'utilisation potentielle des ressources qui vont être transmises. La notion réfère ainsi à une volonté de pérennisation de ce qui est généré par l'événement, puisqu'on souhaite pouvoir les utiliser les ressources suite à leur transmission. Cette pérennisation se réalise à travers l'intégration et l'utilisation de ces legs au sein des structures et dynamiques de la destination hôte.

Les ressources ou legs sont considérées dans la littérature comme des productions matérielles et immatérielles, pouvant être planifiées, non planifiées, positives et négatives. Selon la littérature le legs semble avoir une portée être plus large et une durée plus longue que l'impact. En effet, Gold et Gold (2009 :10) indique que si le terme est associé dans la littérature à « *a series of similarly loosely defined concepts, which include 'effects', 'consequences', and 'impacts'. Legacy shares a common focus with these other terms in identifying and, if possible, measuring outcomes, but differs from them by virtue of the types of outcomes analyzed and the time frames that are considered* ». Or il a été possible de constater que l'aspect temporel du terme legs provient plutôt de l'acte de transmission. Ainsi le legs semble avoir une temporalité plus longue non pas dans l'action de sa création mais plutôt dans la pérennisation de son existence à travers l'utilisation de ce qu'il a généré. C'est-à-dire que la temporalité associée au legs vient plutôt des conséquences et changements qu'il a générés et qui ont perdurés dans le temps. On parle donc du processus qui a été généré par la transmission du legs mais pas du legs en tant que tel. En effet, comme nous avons pu le constater, sous sa forme adjectivale, le terme legs réfère non pas aux ressources transmises mais plutôt aux changements générés par l'acquisition de ces ressources. Ainsi, quand la littérature parle de legs elle fait en soit référence aux changements qui ont été générés par la ressource, on parle donc de l'action de léguer ; du processus de transmission. L'étymologie du terme vient renforcer ce propos puisqu'elle démontre que le legs correspond à un objet donné de manière directe, mais ayant des répercussions sur le long-terme suite à sa transmission. C'est cette dernière qui a une temporalité longue puisque suite à l'acquisition de la ressource (première transmission), ce qui est transmis ce sont les conséquences et changements qui ont été générés. De plus, Elo (2016) avance également que le legs peut être aussi produit par l'organisation de l'événement. Dénommé « *"pregnancy effect" as presented by Weed (2008, 107); the legacy is not of the event itself but of the preparation phase of the event. The legacies can be felt long after the event. Legacies become active only when other circumstances occur from the opportunities the event creates. Until the opportunity is used, the legacy remains latent* » (Elo, 2016: 61).

Le legs est donc compris dans cette étude comme une ressource matérielle ou immatérielle produite par et transmise volontairement suite à l'événement ou durant l'organisation de cette événement. L'acquisition et l'utilisation de cette ressource génère alors des changements à court, moyen et long terme au sein du territoire dans lequel l'événement prend place. Si la ressource n'est pas utilisée, elle reste latente et les changements qu'elle peut générer le reste également.

Qu'est-ce qu'un impact ?

Afin d'appréhender le lien entre l'impact et le legs, il est essentiel de comprendre ce à quoi correspond l'impact.

Du latin « *impactum* », participe passé du verbe « *impingere* » qui signifie « heurter, frapper contre, jeter contre, lancer contre » (CNRTL, 2012), le terme impact réfère au « fait, pour un corps, un projectile de venir en frapper un autre », donc à un « choc » (Le Larousse, n.d.). Le terme peut également définir un « endroit où a frappé un projectile », une « trace qu'un projectile laisse à l'endroit qu'il a heurté » ou encore le « point de chute d'une météorite ». L'impact fait donc référence à un processus de changement de condition ou d'état d'un objet, généré par une rupture ou un choc suite à une action. Il définit ainsi non seulement la résultante du choc, la transformation d'état/de condition entre l'état initial de l'objet et celui suite à la rupture, que la rupture elle-même.

De manière figuré, l'impact réfère aussi à l'« effet produit par quelque chose », un « contrecoup » ou une « influence exercée par quelqu'un, par ses idées » (Le Larousse, n.d.). En tant qu'expression, le Larousse le définit comme tel :

- « Étude d'impact, étude qui accompagne tout projet de loi et qui vise notamment à évaluer ses conséquences juridiques, financières, sociales et environnementales »
- « Étude d'impact environnemental, procédure qui vise à prévoir les conséquences d'un aménagement (route, installation industrielle, etc.) sur l'environnement et qui est obligatoire dans certain cas »

Ici, l'impact est associé au terme « conséquences », on constate donc une accentuation du lien logique entre l'action et le résultat. Mais on retrouve également dans ce contexte, l'aspect de transformation attribué à l'impact, puisque l'action en agissant sur un contexte ou un objet donné cause son changement.

Dans la littérature événementielle, ce terme a souvent été considéré selon cette approche, c'est-à-dire en tant que conséquences ou résultats de l'organisation et de l'accueil d'un événement sur un territoire ou une population (groupe) donnée. Bien que cette littérature se soit grandement intéressée à la question de l'impact événementielle, il semble exister un déficit épistémologique important quant à la notion d'impact. Il est ainsi possible de trouver des tentatives de définitions de cette notion sans pour autant trouver une conception commune de celle-ci.

- « [...] event impacts vary in their polarity (positive or negative) and in their duration (short or long term). Many events impacts are short term for the duration of the event only – examples might be increased noise, traffic congestion and waste – however, events can have more significant and longer lasting impacts – examples could include job creation, economic regeneration or pollution » (Mair, 2013 :59)
- « an impulse [...] which affects the economy [or other areas] directly through the event » (Elo, 2016: 60).

Ce qui ressort de ces définitions c'est que l'impact est considéré en tant que conséquences ou effet de l'événement sur un individu comme sur un groupe d'individu (communauté, population, etc.) ou encore sur un territoire. Cette conséquence, si elle agit sur un acteur, un groupe d'acteur ou un territoire, agit surtout au sein d'une zone spécifique (économie, environnement, éducation, etc.). De plus, l'impact est considéré comme une conséquence qui peut être positive comme négative.

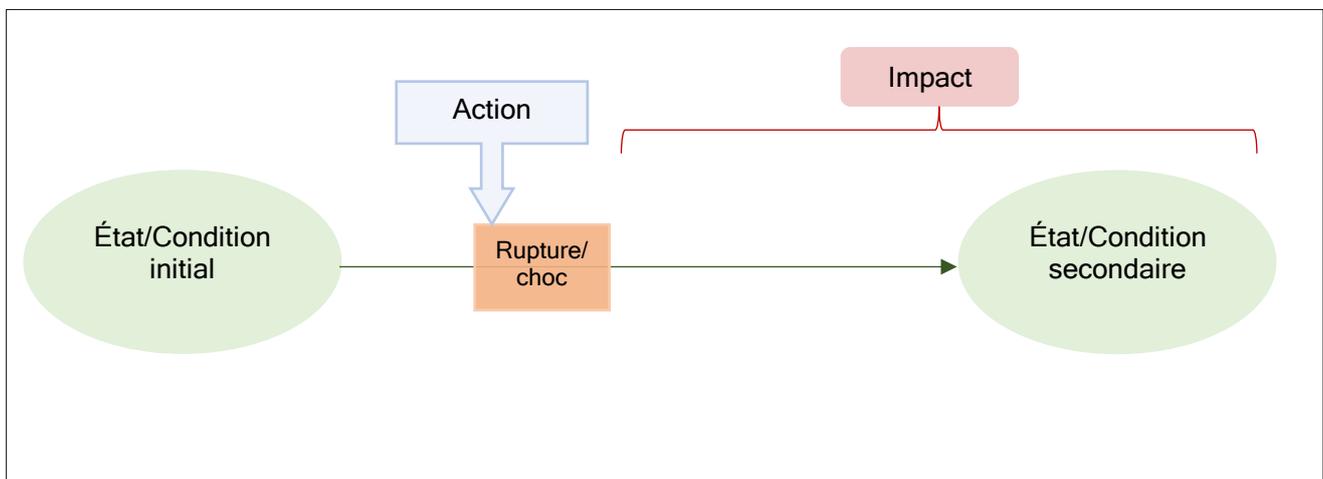
L'impact correspond ainsi à la fois aux changements provenant de l'impulsion, du choc, généré par une action, ou dans notre cas par un événement. Dans la littérature, ce choc ou cette impulsion provient notamment de la création de nouvelles « productions » au sein de l'environnement (population, territoire) dans lequel prend place l'événement. On entend par là, que l'événement de par son organisation et son accueil génère un nombre conséquent de « produits » (Outputs) qui viennent agir sur les conditions préexistantes – des exemples peuvent être un nombre x de participants, la création d'infrastructures, un nombre x de recherches publiées, etc.

Bien que ces productions puissent engendrer des conséquences négatives, elles peuvent également être comprises en tant que ressources dans le cas où elles apparaissent comme ayant une certaine utilité pour l'individu, le groupe de personnes ou le territoire qui les reçoivent. Cependant elles peuvent avoir des conséquences positives ou négatives selon l'acteur – par exemple, un nombre élevé de participant peut être considéré comme la source de conséquences positives pour la destination, puisqu'elle indique une augmentation des dépenses, etc. ; mais cela peut également être considéré comme source de conséquences négatives pour les résidents puisqu'elle peut s'accompagner d'une certaine dégradation de leur milieu de vie.

L'impact correspond ainsi à l'ensemble du processus de changement déclenché par une action, c'est-à-dire aux conséquences générées par la rupture, elle-même provoquée par l'organisation et l'accueil d'un événement, sur l'individu, le groupe d'individus, ou le territoire qui les reçoivent.

Il est également important de noter que la création d'un état secondaire peut également être considéré comme une rupture, car on obtient une nouvelle ressource (l'objet étant transformé), créant par la même occasion un nouvel impact. L'impact engendré peut donc être considéré comme un impact à court, moyen ou long terme. Cependant, plus l'impact généré est éloigné dans le temps de la production, moins il est possible d'attribuer cet impact à l'événement. On parlera alors de contribution (Annexe A). L'événement ayant contribué en partie à la création de cet impact.

Figure 2.1 : Processus de l'impact



Source : création de l'auteur

Qu'est-ce qu'un impact social ?

Comme c'est le cas pour le legs et l'impact, il existe un déficit épistémologique autour de la notion d'impact social. Bien que la littérature événementiel s'est interrogé sur la question, peu d'études se sont intéressées à l'impact social des événements d'affaires. En effet, selon Mair (2013 :65), « *There is a relatively substantial body of literature on the socio-cultural impacts of events (e.g. Delamere 2001; Delamere et al. 2001; Fredline et al. 2003). However, very little of this literature has considered the role that conferences, and conventions play in the community and society* ». Toujours selon l'auteure, l'impact social peut être défini comme tout impulsion créant un changement sur la qualité de vie des résidents, tel que l'amélioration des infrastructures et des transports, etc. De plus, elle mentionne également que :

« It is also true to say that, as discussed, the lines between economic and social impacts can become a little blurred, so that the positive economic contribution that business events make to many destinations (such as job creation and security, and improved infra- structure and transport) may also result in improved living conditions for local communities. This may include new leisure centres, new train services or improved cityscapes. This is an example of where a holistic analysis of the sustainability of the conference and convention sector may be a more fruitful way of examining the industry than the compartmentalised view of sustainability as having three separate pillars of economic, social and environmental impacts » (Mair, 2013 :67)

Mais l'impact social à également été considéré dans d'autre contexte qu'il est intéressant d'observer :

Contexte organisationnel :

- « L'impact social consiste en l'ensemble des conséquences (évolutions, inflexions, changements, ruptures) des activités d'une organisation tant sur ses parties prenantes externes (bénéficiaires, usagers, clients) directes ou indirectes de son territoire et internes (salariés, bénévoles, volontaires), que sur la société en général.

Dans le secteur de l'économie sociale et solidaire, il est issu de la capacité de l'organisation (ou d'un groupe d'organisations) à anticiper des besoins pas ou mal satisfaits et à y répondre, via ses missions de prévention, réparation ou compensation. Il se traduit en termes de bien-être individuel, de comportements, de capacités, de pratiques sectorielles, d'innovations sociales ou de décisions publiques. » (CSESS, 2011)

- « *The impact of a company consists of the impact that can be attributed to the activities of that company. It can be **positive, negative, intended, unintended, direct or indirect.*** » (Avance et al., n.d.)
- « L'impact social œuvre ici un périmètre **vaste** et **fluctuant** : celui des **effets à court, moyen et long** terme d'une **action** ou de **plusieurs actions** sur ses **parties prenantes** et sur la **société** dans son ensemble. » (Sibieude et Claverie, 2011: 7)

Contexte gouvernemental :

- « Les impacts sont définies comme des changements (positifs ou négatifs) dans les résultats sur le plan social, environnemental ou économique qui sont directement attribuables à un investissement.

Pour faire fond sur l'exemple de la participation au marché du travail précédemment cité, les impacts pourraient être évaluées à l'aide de la question suivante : dans quelle mesure un programme de formation professionnelle a-t- il changé le taux de participation au marché du travail pour les citoyens formés? Dans le cas présent, une règle de base serait de voir les résultats comme un nom, et les impacts comme un verbe » (Mendelsohn et Ghali, 2019: 15)

La littérature semble ainsi s'accorder sur ces points :

On parle d'une ou de plusieurs **actions** (ou projets) d'un **acteur précis** (une organisation, association, etc.) entreprises afin de répondre à un problème défini, qui va engendrer des conséquences (changement) sur un individu ou un groupe d'individu identifiés (partie prenantes, société, etc.). Ces conséquences peuvent intervenir à différents moments (court, moyen, long terme) et sont spécifiques à l'action (ou projet) entreprise.

L'impact est donc compris dans cette étude comme un processus de changement généré par l'événement (ses acteurs) et plus particulièrement ce qu'il produit. Cette production cause une rupture (physique ou immatérielle) qui va transformer les conditions initiales de la ou des personnes, ou encore du territoire, qui font face à la rupture. La matérialisation de l'impact apparaît ainsi comme le résultat de ce changement (l'état/condition secondaire).

L'étude s'intéressant à la génération d'impacts positifs planifiés, l'impact social sera donc compris comme l'action volontaire mise en place par des acteurs données, lors de l'organisation et l'accueil d'un événement. Cette action est entreprise dans le but de répondre à un problème social identifié, à travers l'impact généré.

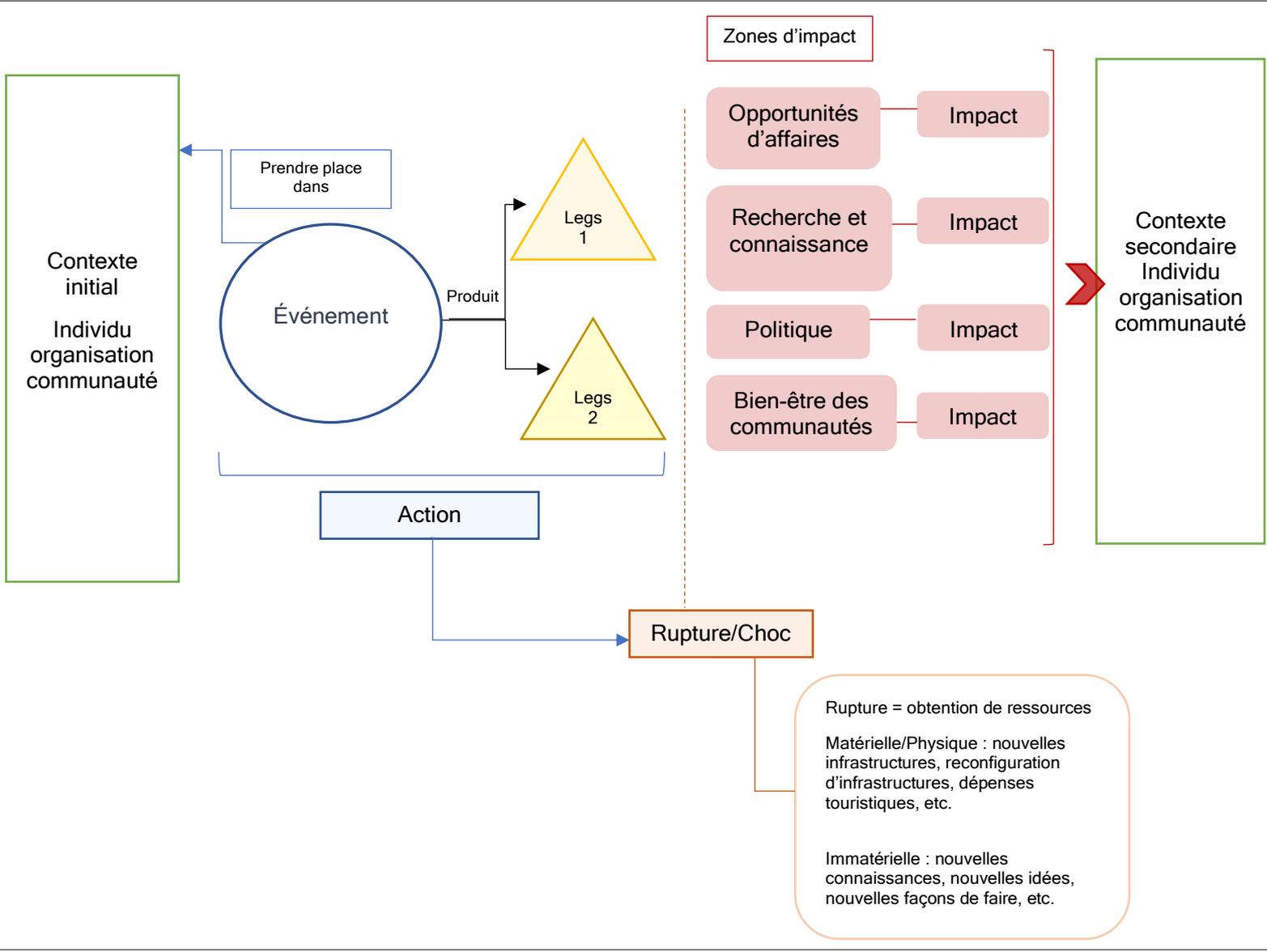
L'impact peut être individuel (acquisition de connaissance, développement de nouvelles pratiques, etc.), organisationnel (développement du secteur, nouvelles opportunités d'affaires, etc.) ou encore créer un changement au sein de la communauté (meilleures conditions de vie, diminution du taux de mortalité causé par une maladie x, etc.). Le terme communauté « *has the connotation of shared interests of some kind, perhaps shared values (as in a religious community), or leisure, or lifestyle interests (as in foodies or amateurs distance runners)* » (Getz, 2019:96). Dans le contexte de cette étude la communauté fait référence aux résidents de la destination accueillant l'événement, il fait donc référence aux « *places in which people live, from small neighborhoods to entire cities, and at a minimum there is a shared interests in the various components that makes places safe, healthy, livable and attractive* » (Getz, 2019:96).

Les notions de legs et d'impact, si elles correspondent à des phénomènes différents, sont cependant liées entre elles au sein d'un processus bien particulier, dont la motivation première est de créer un ou des changements durables afin de produire une plus-value dans différents contextes et différentes zones de la société (Preuss, 2006, 2008, 2015, 2019 ; Davies, 2015 ; Edwards et al., 2011, 2017). Ce processus s'intègre lui-même à la planification de l'événement, en propulsant la réflexion et l'engagement des différentes parties prenantes en amont de l'organisation de l'événement.

Le legs fait référence à ce qui est produit de manière matérielle ou immatérielle par l'organisation et le déroulement d'un événement. Dans le contexte de cette étude, l'ensemble de ces produits sont considéré comme des ressources transmises de manière volontaire suite à l'événement. Il est cependant important de noter que ces ressources peuvent aussi être créées à travers la planification et l'organisation de l'événement, on parle alors de « *pregnant legacy* » (Elo, 2016 :61). Ces legs sont l'œuvre des démarches et projets mis en place en amont de l'événement – par exemple des pré-événements, le développement de nouvelles collaborations, etc. L'acquisition et l'utilisation de ces ressources génère alors des changements à court, moyen et long terme au sein du territoire dans lequel l'événement prend place. Le legs génère ainsi des impacts. De plus, si les ressources ne sont pas utilisées, elles demeurent latentes et les changements qu'elles peuvent générer le reste également.

Le legs, en tant que ressource transmise, peut ainsi être compris comme la rupture créée par l'événement et générant des impacts. Dans ce contexte, la rupture est comprise comme l'acquisition de ressource physique ou immatérielles, opérant une transformation de la condition initiale de l'individu, du groupe d'individu ou du territoire qui la reçoit. L'état secondaire obtenue suite à cette transformation, peut également être considérée comme une nouvelle ressource génératrice d'impact – si on prend l'exemple d'un impact individuel ; l'acquisition de connaissances sur une nouvelle pratique dans une profession x transforme le professionnel (l'individu/résident de la destination hôte) en lui apportant de nouveaux savoirs (état secondaire – court terme), ceci lui permet de développer sa confiance en lui à utiliser cette pratique (état secondaire – moyen terme), ce qui finalement lui permet de l'intégrer au sein de son activité (nouvelles ressources qui peut créer un impact plus large dans la société hôte).

Figure 2.2 : Processus de l'impact d'un événement



Source : création de l'auteur

Pourquoi évaluer l'impact social?

Aujourd'hui plus que jamais la capacité de démontrer et de partager l'impact réalisé par un événement est un enjeu majeur pour l'ensemble des acteurs de l'industrie. En effet, la considération, voire parfois la « dénonciation », des effets négatifs engendré par les événements de manière générale, pousse les organisateurs et associations, ainsi que les destinations à intégrer au sein de leur planification et collaboration des stratégies permettant d'atténuer ces effets tout en faisant valoir les effets positifs des événements. De plus, différents facteurs viennent influencer ce mouvement. Qu'il s'agisse de l'attention croissante des participants pour des événements plus ancrés et plus attentifs aux enjeux actuels (environnementaux, économiques, sociales), ou encore de la prise en compte de la place légitime des parties prenantes et donc des justifications qui leurs sont du, financièrement ou socialement, les destinations et associations se voient dans l'obligation de légitimer les événements d'affaires afin de prouver que ceux-ci ont une plus-value réelle, à travers les effets tant économiques que sociaux générés par les dynamiques de l'événement (Piriou et al., 2017 et al.; Getz 2019).

03

Évaluer l'impact social

Plusieurs raisons sont évoquées concernant la volonté et la nécessité de générer et mesurer l'impact et le legs des événements (Edwards et al., 2011, 2017 ; Leopkey et Parent, 2011). D'un côté,

- Nécessité de se démarquer (organisateur/territoires hôtes)
- Permettre d'établir la plus-value des événements et donc favoriser l'acceptabilité sociale
- Permettre de justifier les coûts parfois importants injectés dans les processus d'appels d'offres comme pour l'organisation de l'événement

Dans le cas des événements d'affaires, deux raisons particulières peuvent être évoquées (The Hague Convention Bureau, 2017) :

- 1 « *Competition for the attention of the delegate is fierce* »
- 2 « *Increasing pressure from overarching global issues* »
- 3 « *delegates expect commitment and involvement* »

L'évaluation de l'impact social des événements d'affaires peut ainsi servir d'outils de légitimation et de démarcation, tant pour les destinations que pour les associations. Elle permet de démontrer la valeur des événements d'affaires en tant que levier de changement sociaux, et donc l'importance de cette industrie et le besoin de la faire prospérer.

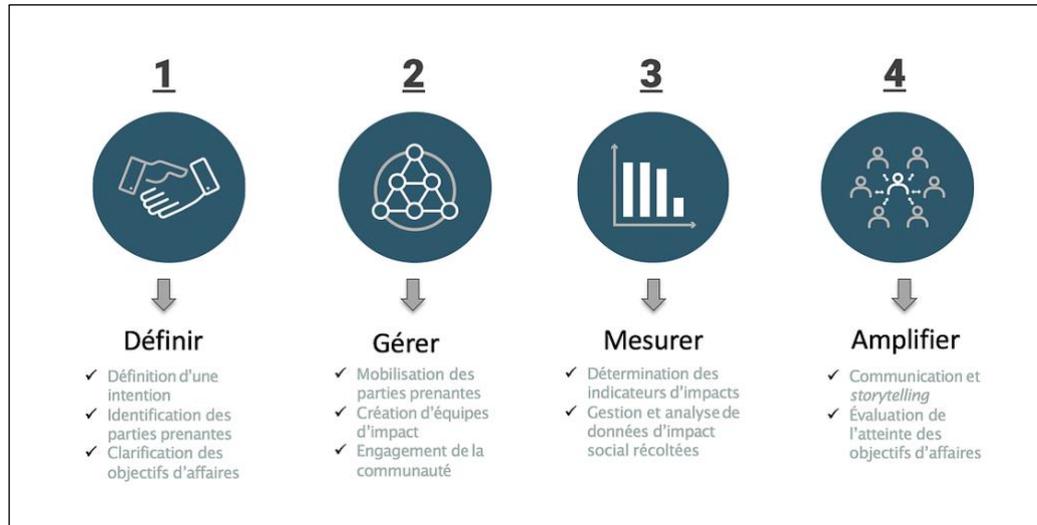
L'évaluation de l'impact des événements est généralement associée à des outils et des méthodologies provenant de stratégie organisationnelle tels que le ROI, des modèles logiques, des théories de changements, etc. (Sibieude et Claverie, 2011; Durquety et Baudet, 2018) ou encore de stratégie gouvernemental comme la méthodologie de gestion sur résultat (GAR), qui permet de comprendre et d'évaluer l'impact généré en fonctions des résultats attendus et espérés en fonctions des activités et actions préalablement établis. La mesure peut aussi être réalisée de manière qualitative en prenant en compte la perception de changement ressenti par les participants. La littérature s'accorde cependant sur le fait que pour obtenir une mesure valide de l'impact il est conseillé de coupler ces méthodologies (quantitative et qualitative) et outils selon les objectifs d'impact initiaux (Sibieude et Claverie, 2011).

La méthodologie de #Meet4Impact

L'International Association for Impact Assessment (IAIA) définit l'évaluation comme suit

“Social impact assessment includes the processes of analyzing, monitoring and managing the intended and unintended social consequences, both positive and negative, of planned interventions (policies, programs, plans, projects) and any social change processes invoked by those interventions. Its primary purpose is to bring about a more sustainable and equitable biophysical and human environment” (IAIA.org cité dans Getz, 2019 :87)

L'évaluation se décompose ainsi en étapes, définies de manière variée selon les auteurs, mais toujours selon des objectifs similaires. La méthodologie de #Meet4Impact déconstruit la stratégie de création d'impact social selon 4 étapes :



Source : Meet4Impact, 2019

La première étape concerne la définition de l'intention et de la stratégie d'impact. Il est question de comprendre et définir au mieux l'impact souhaité afin d'établir des objectifs d'impact pouvant être vérifié et mesuré. Il s'agit également d'identifier les différents acteurs qui vont permettre d'influencer la génération d'impact ainsi que leurs intérêts propres dans le projet.

La deuxième étape concerne l'établissement du plan d'action et de la stratégie qui va mener à l'impact. Ici, il est question d'établir un modèle logique, ainsi que d'identifier les différentes activités qui vont être mise en place afin de générer l'impact et les indicateurs permettant de le mesurer. Il s'agit également de procéder à l'analyse des risques et de mobiliser et former les parties prenantes ainsi que de leur assigner à chacun des rôles spécifiques.

La troisième étape s'intéresse à la mesure de l'impact. Selon Meet4Impact la mesure ne doit pas être considéré comme l'objectif final mais plutôt comme un outil permettant de comprendre l'impact qui va être généré et ainsi pouvoir le partager. Il s'agit donc d'établir une méthodologie de collecte, à savoir quel type d'information sont pertinentes pour le projet et où on peut aller les trouver. Cette partie encourage également la mobilisation des parties prenantes dans le processus de collection des données et une analyse continue de ces dernières.

Finalement, la quatrième étape concerne les actions permettant d'amplifier l'impact qui a été généré. Il est question ici de communiquer l'impact crée à travers l'établissement d'un rapport d'impact, permettant non seulement à l'industrie mais également aux parties prenantes et population hôte, de comprendre ce qui a été réalisé et la plus-value que l'événement a généré pour chacun. Cette étape permet aussi de réfléchir à la stratégie développée et à la façon de pouvoir la reproduire au sein de futur projets.

04

Méthodologie
#Meet4Impact

La sensibilisation accrue quant aux effets négatifs pouvant être provoqués par les événements sur les sociétés, ainsi que les dépenses importantes que leur accueil suppose, amène à voir la nécessité de légitimer leur valeur, non plus seulement en termes économiques mais bien plus dans des termes de développement durable encadrant les trois pôles que sont l'économie, le social et l'environnemental. L'événement doit ainsi démontrer sa valeur et son rôle au sein des sociétés. Dans ce contexte, la capacité à générer, évaluer et partager l'impact social positif créée par un événement devient un enjeu majeur pour les destinations et organisations.

#Meet4Impact propose ainsi d'identifier les meilleures pratiques existantes dans la génération d'impact social afin d'outiller les acteurs de l'industrie dans le développement de leurs stratégies.

L'étude cherche ainsi à comprendre :

Quelles sont les pratiques les plus adaptées pour générer un impact social positif à travers un événement d'affaire ?

05

Recherche et méthodologie

L'objectif de cette recherche est d'identifier les pratiques les plus pertinentes dans le contexte de génération d'impact social à travers un événement d'affaire. Il s'agit donc de comprendre ce qui est actuellement mis en place par différents événements d'affaire dans le but de créer un impact social dans la destination hôte.

Cette étude permettra non seulement de comprendre le processus de création d'un impact social mais pourra également servir d'outil pour l'industrie et ses différents acteurs, en identifiant les pratiques exemplaires à intégrer dans chacune des étapes du processus.

Méthodologie

Afin de répondre à cette question, la recherche propose de procéder à une comparaison entre une vingtaine d'articles académique et professionnels – portant sur des sujets englobant l'impact et les legs des événements d'affaire, l'impact social des événements, l'évaluation de l'impact social des événements – et une dizaine d'études de cas (Annexe B et C), ceci dans le but d'identifier des pratiques récurrentes qui ressortent de la théorie et du terrain. Les études de cas sont composées d'événement d'affaires reconnus comme ayant réalisé un impact social, ou dont l'association a été reconnue comme ayant réalisé un impact social, soit dans le cadre du programme de « *Incredible Impact* » de l'ICCA, soit mentionné au sein de revue spécialisée telle que Boardroom ou The Iceberg.

Ces pratiques ont été identifiées selon les étapes définies par #Meet4impact : définir, gérer, mesurer et maximiser. Ainsi, pour chacune des étapes du processus, différentes pratiques ont été mises à jour. Il est important de noter cependant que les pratiques identifiées ne font pas l'objet d'un ordre établi mais font plutôt référence à un ensemble d'initiative à intégrer au sein de chacune des étapes afin de s'assurer que celles-ci soient mises en place de manière à générer un impact social fort.

Par exemple : dans l'étape définir, qui relève de l'établissement d'une intention d'impact souhaité ; afin d'établir une intention cohérente menant à un impact social, il faut que celle-ci soit claire et pertinente mais pour cela il faut également prendre en compte le contexte de la destination et impliquer de façon collaborative les parties prenantes.

La comparaison permettra également de faire ressortir des caractéristiques récurrentes qui permettent d'assurer et de maximiser le succès de la mise en place d'une stratégie d'impact social.

ÉTAPE 1

DÉFINIR

Définir le projet de legs et le processus d'impact

OBJECTIF

QUEL EST L'IMPACT QUE JE SOUHAITE RÉALISER ET QUI DOIS-JE FAIRE INTERVENIR ?

ÉTAPE 1 : DÉFINIR

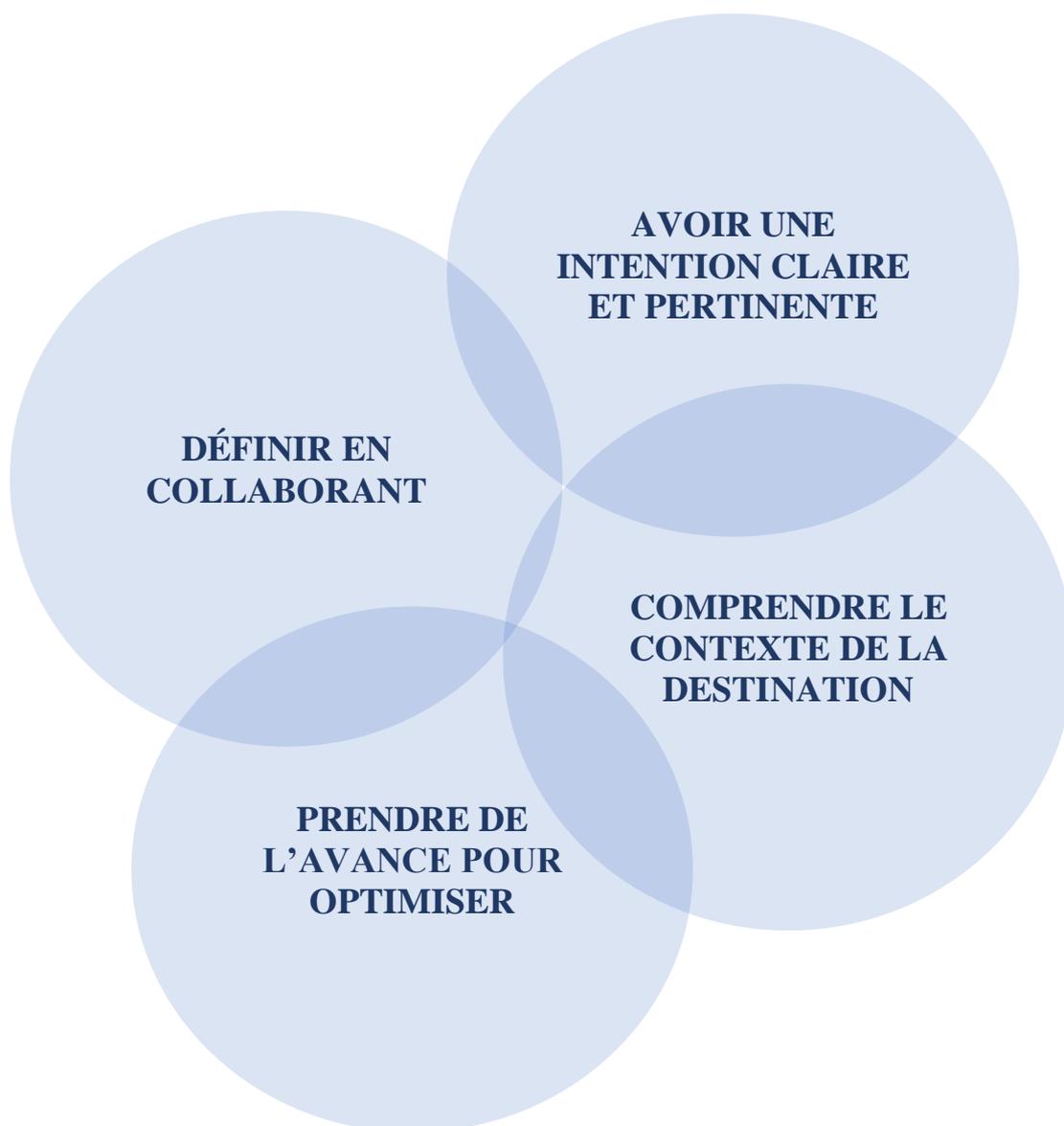
Afin de définir le projet de legs menant à un impact social fort, il faut avant tout établir une intention d'impact. Il s'agit de comprendre quel changement on veut apporter et quels acteurs peuvent intervenir pour aider à le générer. La première étape concerne donc l'établissement de la vision d'impact souhaité ainsi que l'identification des objectifs à atteindre afin de permettre sa génération. Cette partie nécessite aussi l'identification des diverses parties prenantes clés, « *including political and community leaders* » (Elo, 2016 :95) qui permettront de mettre en place cet impact.

Cette étape est cruciale car elle permet de mieux comprendre l'impact qui va être occasionné par l'événement, mais surtout elle permet de définir plus précisément le changement qui va être généré dans la communauté hôte. Elle l'est d'autant plus qu'elle permet d'établir un terrain d'accord entre les différentes parties prenantes quant à l'impact qui va être généré et sa cohérence pour le milieu d'accueil.

Il s'agit donc de :

1. Trouver son projet
2. Formaliser son intention et établir des objectifs
3. Identifier et nouer des collaborations avec les partenaires clés

Quatre pratiques sont à prendre en considération pour cette première étape :



AVOIR UNE INTENTION CLAIRE ET PERTINENTE

Afin de définir une intention d'impact permettant l'établissement d'une stratégie valide et la génération d'impacts puissants, il faut s'assurer que celle-ci soit claire et pertinente.

L'intention doit donc être défini de manière explicite, c'est-à-dire qu'elle doit être comprise par chacun des acteurs intervenant dans la génération d'impact ou étant impacté, ainsi que pour toutes personnes y trouvant un intérêt. L'impact généré doit donc pouvoir répondre à un problème précis et avoir une portée définie. Il est conseillé d'établir une intention d'impact plus large afin de s'assurer que le changement crée par l'événement soit durable. Il faut ainsi identifier et préciser le problème auquel on veut répondre grâce à la génération d'impact, le contexte dans lequel il prend place (voir Annexe C) et la communauté qui va être impacté.

L'intention doit également être pertinente afin que l'impact généré puisse réellement apporter une plus-value au sein de la communauté. Il faut donc s'assurer que l'intention soit élaborée avec une approche ascendante (bottom-up) afin que l'impact souhaité soit cohérent avec le contexte de la destination et réponde à un problème considéré comme tel par la communauté impactée. Il est donc essentiel ici de prendre en compte l'opinion des parties prenantes et de la communauté pour établir l'intention.

Ceci permettra non seulement de s'assurer que l'impact crée réponde à un problème concret mais aussi de pouvoir légitimer le changement crée par l'événement et donc sa valeur pour les sociétés. Il est également conseillé de définir son intention en se basant sur les objectifs de développement durable (ODD). Ceci permet d'établir une intention ancrée dans une approche durable, mais également de légitimer la pertinence de l'impact et donc la valeur de l'événement.

Par exemple ...

The 29th World Congress of the International Association for suicide prevention in conjunction with the 21st Malaysian Conference of Psychological Medicine

(Sarawak, 2017)

L'intention d'impact de ces congrès était d' « *educate and advocate the removal of negative connotations towards mental health issues as well as highlighting its prevalence in the 21st century* » (Business Event Sarawak, 2020). Elle s'attachait donc à répondre à un problème concret pour la communauté de la destination hôte, compris par tous et visait à transformer la condition de cette communauté. De même, cette intention était pertinente puisqu'elle s'alignait avec la mission interne des associations et qu'elle s'ancrait dans la réalité de la destination hôte.

COMPRENDRE LE CONTEXTE DE LA DESTINATION

La compréhension du contexte de la destination hôte est un élément essentiel afin de définir une intention cohérente et ancrée dans la réalité du territoire dans lequel va être généré l'impact. Ceci permet d'identifier un besoin concret au sein de la destination et d'appréhender la façon dont celui-ci s'inscrit dans le contexte social, économique, historique, etc. du territoire. Il s'agit donc d'analyser les caractéristiques de la destination et d'établir dans quel contexte l'événement pourrait générer un impact pertinent. C'est également un moyen de déterminer de manière plus précise les acteurs clés qui vont pouvoir aider à entreprendre la génération d'impact.

De plus, afin de créer un legs permettant de générer un impact social de forte intensité, il est essentiel que les objectifs d'impact de l'association et de la destination hôte soit alignés. Comprendre le contexte de la destination, ses points forts et ses faiblesses ainsi que ses logiques de développement permet de s'assurer que l'intention émise s'inscrive au sein des objectifs de développement de la destination ce qui en retour favorisera la génération d'un impact puissant et durable.

Par exemple ...

The International Society of Child Abuse and Neglect
(ISPCAN) II Caribbean Regional Conference Child
Protection Realities in a Changing Caribbean and World
(Jamaïque, 2018)

La deuxième édition de la Conférence Régionale caribéenne de l'ISPCAN, « *Child Protection Realities in a Changing Caribbean and World* », avait pour intention d'impact la diminution de cas de violence infantile et l'augmentation des mesures préventives permettant de contrer ces violences, ceci en permettant aux associations locales à appréhender les différentes formes de violence existantes contre les enfants et explorer les meilleures pratiques pour prévenir et répondre à celle-ci.

Selon le PAHO (Pan American Health Organization), « *the Caribbean sub-region documents some of the highest levels of violence against children, in particular, of violent discipline* » (PAHO, n.d.). De plus, la Jamaïque avait peu de temps avant la conférence commencé à développer un plan d'action national s'adressant à réduire les formes de violences contre les enfants (The Iceberg, 2020B). L'intention établit dans le cadre de cette conférence était donc tout à fait pertinente pour le contexte de la destination hôte, puisqu'elle permettait de répondre à un problème concret et valide pour la communauté.

DÉFINIR EN COLLABORANT

Afin d'établir une intention cohérente il est nécessaire d'identifier et d'impliquer les différentes parties prenantes de la génération d'impact et la communauté au processus de réflexion. Définir l'intention et les objectifs d'impact en collaboration favorise la compréhension du contexte de la destination hôte mais permet également d'assurer une identification précise d'un problème ou besoin concret en validant l'intention avec les acteurs du milieu. En effet, « *events need to work actively with a wide range of stakeholders and make sure that the event is designed around them and designed to change them. In this sense the ritual can move from the simple production of emotional energy into the harnessing of that energy to induce change* » (Richards et al., 2014 :23). Dans ce contexte, la communauté ciblée est également une partie prenante à impliquer puisque c'est elle qui est directement visé par le changement que l'on souhaite générer. Son implication permet de valider le problème identifié et l'intention établit. Cependant d'autres acteurs du milieu doivent également être considérés afin d'établir l'intention : les associations, l'office de tourisme et de congrès de la destination, gouvernement, universités, professionnels, leaders communautaires, personnalités inspirantes, célébrités, etc. Ceux-ci permettent d'obtenir des données multiples sur le problème au sein de la destination hôte et ainsi d'appréhender les spécificités de celui-ci, mais également d'obtenir des données sur ce besoin, avant que l'événement n'est débuté et qui pourront se révéler utile lors de la mesure de l'impact. Il est donc important d'identifier un large éventail d'acteurs.

Définir l'intention en collaborant avec ces acteurs, permet d'identifier leurs intérêts au sein du projet d'impact, la façon dont celui-ci s'aligne avec leurs propres intérêts, et la manière dont il sera possible de les mobiliser par la suite afin de générer l'impact.

Par exemple ...

Ecocity World Summit

(Melbourne, 2017)

Dans le cadre de la conférence « *Ecocity World Summit* », organisé à Melbourne en 2017 et dont l'intention était de favoriser l'engagement de la ville à être un acteur de croissance durable, les différentes parties prenantes, comprenant l'office de tourisme et de congrès de Melbourne (MCB), le « *Melbourne Sustainable Society Institute, led by Professor Brendan Gleeson, [...] Club Melbourne Ambassador and Director of the Institute for Culture and Society, Professor Paul James and WALDRONSMITH Management* » ainsi que l'association « *Ecocity builders* », se sont mobilisés de manière collaborative afin de produire un événement permettant de répondre non seulement aux attentes de la destination hôte mais également à celles des différents acteurs impliqués. En effet, « *MCB worked closely from bid phase through to delivery with Ecocity Builders, University of Melbourne, Western Sydney University, WALDRONSMITH Management, the Government of Victoria, and the City of Melbourne to ensure the successful completion of the Summit* » (Melbourne Convention Bureau, n.d.). La stratégie d'impact s'est donc appuyée sur un ensemble d'acteur clés locaux permettant non seulement de faire valoir la mission de l'association « *Ecocity builders* » mais également de permettre de renforcer l'engagement durable de Melbourne dans sa stratégie de développement.

PRENDRE DE L'AVANCE POUR OPTIMISER

L'impact est généré si le legs crée par l'événement est considéré comme une ressource par les individus qui le reçoit. Or, c'est le contexte dans lequel prend place l'événement qui permet de considérer le legs comme étant une ressource ou non. Le contexte agit donc de manière plus ou moins significative sur la génération d'impact, c'est pourquoi il est important d'établir une intention pertinente au contexte de la communauté hôte, afin que l'impact généré puisse avoir un effet important. C'est également pour cela qu'il est nécessaire de mettre en place une stratégie d'optimisation. Il faut ainsi penser à la façon d'optimiser la génération d'impact – c'est-à-dire réfléchir et planifier les moyens et actions pouvant être mis en place en amont ou autour de l'événement afin d'influencer la génération. Plus cette réflexion est amorcée en amont de l'événement, plus il sera possible d'influencer la génération. Il est donc essentiel d'entamer la phase « définir » bien avant l'organisation de l'événement afin de pouvoir identifier et impliquer rapidement les parties prenantes au projet et développer des actions permettant d'amplifier l'impact social.

Ces actions peuvent prendre la forme d'activités mis en place en amont de l'événement, telles que des pré-événements ouvert au public permettant de sensibiliser la population au problème soulevé par l'événement d'affaire; des campagnes de sensibilisation dans lequel l'événement sera intégré, etc. Elles peuvent également être mise en place autour de l'événement, par exemple en venant insérer l'événement d'affaire au sein d'un ensemble d'événements publics permettant ainsi d'inviter et d'impliquer la communauté que l'on souhaite impacter; En regroupant différents événements d'affaires ayant un objectif d'impact commun; ou encore en utilisant les activités proposées aux participants de l'événement, en privilégiant une approche de découverte de la destination basée sur l'appréhension et la réflexion du problème auquel on souhaite répondre grâce à l'impact – par exemple dans le cadre d'une conférence portant sur un enjeu environnemental x, il serait possible de mettre en place une visite au sein d'entreprises ou d'associations impliqués dans des initiatives qui luttent contre cette enjeu.

ÉTAPE 2

GÉRER

Comprendre ce qu'il faut faire pour créer l'impact désiré et établir un plan d'action en collaboration avec les parties prenantes durant tout le processus

COMMENT VAIS-JE CRÉER L'IMPACT ?

ÉTAPE 2 : GÉRER

Cette étape permet de comprendre et d'établir les différentes activités et actions qui seront entreprises afin de créer l'impact. On procède ainsi à la création d'un plan d'action permettant de transposer les réflexions entamées dans la partie définir, vers des actions et activités tangibles ainsi que des méthodes permettant d'établir par la suite des indicateurs afin de mesurer les impacts souhaités suite à leur génération.

Ce plan d'action passe notamment par la mise en place d'une théorie de changement spécifique aux objectifs ainsi que de la création d'un modèle logique lié à cette théorie, afin d'évaluer les ressources nécessaires et d'établir des actions réalistes. Cette étape est aussi associée à la formation et la mobilisation plus poussée des parties prenantes afin d'assurer le rôle de chacune au sein du processus et de permettre à celles-ci d'obtenir les ressources nécessaires pour continuer la génération d'héritage une fois l'événement terminé.

**COMPRENDRE ET
DÉFINIR LE CHEMIN
LOGIQUE DU
CHANGEMENT**

**PENSER ET
TRAVAILLER
ENSEMBLE**

**IMPLIQUER LA
COMMUNAUTÉ**

Afin d'établir quelles activités mettre en œuvre afin de déclencher un impact cohérent et puissant, il est important de comprendre comment celui-ci va être généré et ce qu'il faut entreprendre pour le déclencher.

L'objectif étant de comprendre les liens logiques existant entre les différentes étapes du changement – c'est-à-dire entre ce qui est fourni et ce qui va être produit, entre la production et l'impact à court terme, entre l'impact à court terme et celui à moyen terme etc. – et ainsi pouvoir déterminer les activités à mettre en œuvre afin de pouvoir générer cet impact.

Il est essentiel d'établir ce chemin logique afin non seulement de pouvoir établir les objectifs d'impacts, ce qui doit être mesurer ainsi que les indicateurs relatifs, mais également dans le but de renforcer la légitimité du lien logique entre l'impact créé et l'événement.

COMPRENDRE ET DÉFINIR LE CHEMIN LOGIQUE DU CHANGEMENT

Dans ce contexte, la littérature sur l'impact social recommande de construire un cheminement vers l'impact en utilisant un modèle logique et une théorie du changement (TOC). « *The TOC approach ensures that impact assessors know what desired changes to look for, and the actions assumed or believed to generate those impacts* » (Getz, 2019 :57). Le modèle logique et le modèle TOC doivent être construits en fonction de l'impact social souhaité et en suivant une approche ascendante – on s'intéresse d'abord à l'impact social sur le long terme pour remonter vers les activités et ce qui doit être fourni afin de pouvoir le générer. En retour, le modèle logique et le TOC permettront de renforcer l'attribution de l'impact comme un effet direct de l'événement.

PENSER ET TRAVAILLER ENSEMBLE

Les parties prenantes sont des éléments clés pour générer un impact social sur le long terme, car ce sont elles qui continueront à le développer et à le mesurer une fois l'événement terminé. Ainsi, il est fondamental que ces parties prenantes soit impliquées et mobilisées dans la construction du plan d'action, du modèle logique et de la théorie de changement.

Elles doivent être suffisamment à l'aise avec le processus stratégique de création d'impact, c'est-à-dire qu'elles doivent comprendre le but du projet, les objectifs d'impact et la méthodologie, afin qu'elles puissent comprendre leur rôle au sein du processus et s'engager entièrement dans le projet.

Dans ce sens, il est donc également nécessaire de leur fournir des formations leur permettant d'intégrer le processus de création d'impact, afin qu'elles puissent non seulement s'engager de manière proactive tout au long du projet mais également qu'elles soient en mesure de continuer à travailler dessus une fois l'événement terminé.

Par exemple ...

World Congress in Paediatric Cardiology and Cardiac Surgery

(Le Cap, 2013)

La mission du « *World Congress in Paediatric Cardiology and Cardiac Surgery* » est de diminuer le nombre d'enfants souffrant de maladies cardiaques. Dans le cadre de cette conférence, la société de cardiologie pédiatrique et l'association « *Africa heart* » ont travaillé en collaboration avec le ministre de la santé d'Afrique du Sud, afin d'établir comment la mission du congrès pouvait s'aligner au contexte de la destination, c'est-à-dire comprendre la situation des maladies cardiaques infantiles en Afrique du Sud et permettre ainsi d'identifier un besoin concret. Le ministre a ainsi été impliqué fortement au sein de la stratégie d'impact mais a également été invité à participer à l'événement en prenant part à la discussion à travers certaines sessions. De plus, suite au congrès, plusieurs réunions ont été mises en place afin de discuter de la manière de poursuivre l'engagement ce qui a permis de créer une relation forte entre les trois acteurs et ainsi d'assurer la génération d'impacts sur le long terme. (The Iceberg, 2019)

IMPLIQUER LA COMMUNAUTÉ

Afin d'établir un impact social sur le long terme, il est essentiel d'impliquer la communauté ciblée au sein de l'événement. Les activités doivent donc être réfléchies de manière à ce qu'elles puissent mobiliser la communauté, concernée par le besoin identifié, à participer de manière plus ou moins active à l'événement.

Permettre au public ciblé de s'impliquer au sein de l'événement permet non seulement de maximiser le partage d'informations concernant le problème auquel on souhaite répondre, mais permet également aux participants de se rapprocher des personnes pouvant être concernées par leurs actions (recherches, pratiques, etc.).

Plusieurs moyens peuvent être mis en place afin d'intégrer la communauté. Il est possible d'organiser des sessions publiques dans lesquelles le public serait invité à poser des questions ou partager son expérience; certains membres de la communauté peuvent également être invités en tant que conférenciers; des activités de sensibilisation au sein d'espaces publics peuvent être mises en place.

Par exemple ...

QualityofLife4OI
(Amsterdam, 2019)

La conférence portait sur les conditions des personnes souffrant d'Ostéogénèse Imparfait. Sur 330 participants, 1/3 était des patients atteints de la maladie. Ceci a permis de rediriger les questions sur des sujets touchant la communauté ciblée et de recentrer les recherches sur l'OI vers des problématiques concrètes favorisant ainsi le développement de recherches plus ancrées dans la pratique. (Boardroom, 2020)

Diabetes UK
Professional conference
(Glasgow, 2012)

La conférence a donné lieu à la mise en place de stations de test pour le diabète un peu partout dans le centre Glasgow dans le cadre du «Healthy lifestyle Roadshow». Ceci a permis de mobiliser la communauté de Glasgow et l'intégrer à la discussion. En effet, « *this provide[d] delegates with the opportunity to chat with locals about their health* » (Glasgow Convention bureau, 2020) mais cela a également permis d'amplifier la sensibilisation sur le sujet du diabète au niveau local et national.

ÉTAPE 3

MESURER

OBJECTIF

Évaluer l'impact et faire un suivi du changement créé
par la planification et l'événement lui-même

AI-JE CRÉEE L'IMPACT DÉSIRÉ ?

ÉTAPE 3 : MESURER

Cette étape fait référence à la mesure des résultats des changements attendu, c'est-à-dire à la compréhension et la mesure de ce que les impacts générés produisent sur le court, moyen et long terme. Il s'agit ainsi d'établir des indicateurs pour chacun des résultats espérés, et de préparer une méthodologie qui permettra de procéder à la mesure de chacun d'entre eux, et donc ultimement des impacts générés.

Il faut ainsi déterminer les informations pertinentes à relever/collecter afin de permettre une meilleure compréhension des impacts réalisés. Suite à la récolte, il faut alors analyser les données afin de développer une stratégie de communication pertinente. Cette étape permet de mieux comprendre les impacts générés, même si plus ces impacts sont éloignés de la production de l'événement, moins il est possible de s'en attribuer les résultats.

**CONSTRUIRE
UNE GRILLE
D'ANALYSE
SPÉCIFIQUE À
L'INTENTION
D'IMPACT**

**MOBILISER LES
PARTIES
PRENANTES**

**FAIRE UN SUIVI
DE L'ÉVÉNEMENT**

**S'ENGAGER DANS
UN SUIVI À LONG
TERME**

Afin d'assurer une mesure valide de l'impact, il est nécessaire de développer une grille spécifique à l'intention. Celle-ci étant développée selon l'identification d'un problème particulier au sein d'une destination hôte défini, et possédant des ressources spécifiques, le projet d'impact est donc unique (contexte de destination, parties prenantes engagées, etc.) et il est important de créer un cadre d'analyse spécifique à celui-ci.

Les objectifs d'impacts étant relatifs au projet, les indicateurs et la méthodologie utilisée pour les mesurer le seront également. Il est cependant essentiel d'utiliser à la fois des indicateurs quantitatifs et qualitatifs qui permettront de renforcer l'analyse et d'obtenir par la suite des résultats probants. De même, les indicateurs doivent correspondre aux objectifs fixés pour chaque résultat et selon l'acteur impacté.

CONSTRUIRE UNE GRILLE D'ANALYSE SPÉCIFIQUE À L'INTENTION D'IMPACT

Par exemple ...

Woman Deliver
(Vancouver, 2019)

La mission de Woman deliver est de permettre d'améliorer l'équité des droit, la santé, et le bien-être des femmes et jeunes filles. Afin de permettre ce changement à travers la conférence, différents objectifs avaient été établit tel que : mettre en relation différents partisans et partisantes de l'équité des genres avec des acteurs décisionnels, attiser la mise en place d'actions au niveau mondial et national centrés sur la résolution de problème, mais aussi influencer les l'agenda mondial. Dans le but de répondre à ces objectifs la stratégie s'est donc concentré sur la façon dont la conférence pouvait permettre aux participants d'acquérir de la connaissance sur les enjeux d'égalité des genres, de créer des opportunités de s'engager avec des acteurs décisionnels et développer de nouvelles relations, mais également d'inspirer les acteurs locaux, nationaux et internationaux à agir et mettre en place des plans d'action permettant de favoriser l'équité des genres. (Woman Deliver, 2019).

MOBILISER LES PARTIES PRENANTES

Afin de faciliter la collecte des données et d'obtenir des données fiables et différenciées, il est nécessaire d'impliquer les parties prenantes dans la mesure de l'impact. En effet, ces acteurs sont considérés comme des ressources permettant de faciliter la collecte puisque selon leurs occupations, ils auront accès à des données plus ou moins pertinentes pour le projet. Selon Getz (2019 :106), « Local authorities and other government agencies collect a lot of data that can be useful in SIA, such as: census data [...], leisure data [...], transportation data [...], crime statistics [...] health [...] ». Ainsi, selon l'indicateurs et le contexte de l'impact, différentes parties prenantes pourront être responsable de la collecte. De plus, la collecte supposant l'utilisation d'outils et de méthodes spécifiques, il est donc nécessaire de s'assurer que celles-ci soient comprises et adoptées par toutes les parties prenantes.

Impliquer les parties prenantes dans la mesure est également essentiel car ce sont elles qui continueront l'évaluation une fois l'événement terminé et qui seront témoins du changement social créé ou non. Il est donc important que ces acteurs soient mobilisés et intégrés de manière proactive au processus afin de s'assurer que l'impact soit généré sur le long terme. Les parties prenantes doivent donc être impliquées afin que le suivi et l'évaluation soient garantis et que l'impact social créé puisse être exposé.

Il est possible de mobiliser les parties prenantes de différentes manières, par exemple, dans le cadre des conférences organisées par One Young World chaque participant devient automatiquement un ambassadeur une fois la conférence terminée. L'intention d'impact de cette association étant d'inspirer et de favoriser le développement de projets de jeunes individus ayant pour objectif de créer du changement, pour mesurer l'impact de la conférence One Young World se concentre ainsi sur la façon dont la conférence a permis d'influencer ces jeunes participants en suivant le développement de leurs projets. Chaque année certains d'entre eux sont sélectionnés afin de coordonner les activités d'autres ambassadeurs à l'échelle de leur région. Ils sont alors mobilisés et appuyés par One Young World afin de suivre l'impact généré par ces anciens participants et on la mission de « *communicat[e] regularly with One Young World Headquarters in London on the impact of Ambassador- led initiatives in their region* » (One Young World, 2017A). Ceci permet non seulement de collecter des données sur les changements générés suite à la participation à l'événement mais également d'assurer un suivi sur le long terme.

Afin de s'assurer du bon déroulement du projet, et que l'impact souhaité puisse être généré, il est nécessaire d'établir un suivi de l'événement et du changement souhaité. Ceci dans le but de vérifier si les objectifs établis ont été atteints et si des ajustements sont nécessaires.

Il est donc question de procéder à un suivi des données récoltées tout au long de l'événement afin d'identifier si le processus de changement permet bien de générer l'impact souhaité, c'est-à-dire si le processus logique de changement identifié se réalise de manière concrète et dans le cas contraire pouvoir entreprendre des ajustements. Il s'agit donc de collecter et analyser les données selon les indicateurs identifiés en fonction des objectifs d'impacts.

FAIRE UN SUIVI DE L'ÉVÉNEMENT

Différents procédés peuvent être utilisés afin de réaliser le suivi de l'événement, mais la littérature s'entend sur le fait qu'une méthodologie s'appuyant sur une approche qualitative et quantitative permet d'obtenir des résultats plus saillants. La récolte des données peut se réaliser à partir d'un questionnaire, distribuer sur place, par email ou encore à partir d'applications interactive proposée dans le cadre de l'événement. Ce questionnaire s'il permet d'obtenir des données quant à un objectif particulier, peut également servir à recueillir « *resident and stakeholder[s] input on perceived impacts, their direction (positive or negative) and importance, to the individual responding and their family. There are numerous possible impacts, and the lists should be customized on the basis of consultations and/or available information about the people and community in question* » (Getz, 2019 :103). Il est également possible de réaliser une analyse socio-culturelle, comme par exemple des « *detailed analysis of housing, mobility, employment, voting patterns, media content, leisure opportunities or community life before, during and after a[n] [...] event or construction of a new venue* » (Getz, 2019 :103). Ce type d'analyse doit recourir à « *a wide range of data and analysis from all levels of government, social agencies, not-for-profit groups and other sources* » (Getz, 2019 :103).

S'ENGAGER DANS UN SUIVI À LONG TERME

S'engager dans un suivi à long terme lors de la création d'un impact social est fondamental, car le changement social souhaité peut apparaître longtemps après la fin de l'événement. En effet, si l'événement génère des impacts à court et moyens terme, ces changements produisent à leur tour de nouvelles conditions permettant d'atteindre un changement de plus forte intensité et portée sur le long terme. D'autres facteurs externes jouant sur celui-ci, on considèrera dans ce cas que l'événement a contribué à ce changement.

L'objectif principal est donc de comprendre comment l'événement en favorisant la création de legs (collaboration, dissémination de connaissances, etc.) a contribué au fur et à mesure à la création du changement souhaité au sein de la communauté hôte identifiée et de pouvoir mesurer et communiquer ce dernier. En soi, il s'agit d'identifier si l'événement a contribué à changer la situation du problème initial. Il est alors nécessaire de développer des indicateurs spécifiques à l'impact plus large souhaité.

Les indicateurs doivent permettre de mesurer le changement au sein de la communauté, c'est-à-dire en rapport au problème social plus large identifié lors de l'établissement de l'intention d'impact. Le changement sur le long terme étant relatif au projet d'impact, différents indicateurs peuvent être utilisés et il est ainsi nécessaire d'identifier les indicateurs s'accordant au changement souhaité.

Certains de ces indicateurs peuvent donc s'intéresser aux révisions de politiques en lien avec le problème identifié, le taux de mortalité, le nombre de personnes atteintes d'une certaine maladie, le nombre de personnes ayant accès à un certain service, etc. Le suivi du changement à long terme dans la communauté, permet de comprendre si la stratégie d'impact mis en place a vraiment fonctionné et renforce la valeur de l'événement au sein des communications en démontrant à quel point l'événement a « contribué » au changement de condition de la communauté.

ÉTAPE 4

MAXIMISER

Communiquer le legs et l'impact, améliorer et partager la stratégie d'impact,
faire perdurer vos efforts

OBJECTIF

QUEL IMPACT AI-JE CRÉÉ ET QUOI FAIRE ENSUITE ?

ÉTAPE 4 : MAXIMISER

Cette étape concerne la stratégie de communication mise en place suite à la collecte et l'analyse des données. On procède ici à l'établissement de rapport ou d'autres formes de communication afin de pouvoir partager les résultats mais surtout tenter de faire partager l'impact créé de manière à ce que la valeur du projet soit comprise de tous.

Les problèmes sociétaux étant mouvant, ils peuvent changer plus ou moins significativement au fil de temps et les objectifs établis au départ doivent être réadaptés. Il faut donc revenir constamment sur les objectifs de départ en prenant en compte les nouvelles réalités et les intérêts des parties prenantes clés. Pour cela il est nécessaire d'établir et de renforcer la collaboration avec les parties prenantes afin qu'elles puissent permettre une continuité de l'impact. En effet, « *after the event is over and the organization behind it is dissolving, the legacy programs are transferred fully to the proper authority, local communities and stakeholders, to continue with the legacies without the support of the event organization* » (Elo, 2016: 99).

**COMMUNIQUER
L'IMPACT AU SEIN
D'UN RAPPORT**

**COMMUNIQUER
AVEC LE
"STORYTELLING"**

**PARTAGER CE QUI
A ÉTÉ APPRIS**

**AMÉLIORER LA
STRATÉGIE
D'IMPACT SOCIAL**

COMMUNIQUER L'IMPACT AU SEIN D'UN RAPPORT

Il est essentiel de rédiger un rapport comprenant les informations clés du projet réalisé. Ce rapport permet non seulement de légitimer la valeur de l'événement en communiquant de manière claire le changement qu'il a généré au sein de la communauté, mais également de servir comme compte-rendu pour les différentes parties prenantes du projet. Le rapport d'impact doit permettre de comprendre ce qui a été réalisé et le processus mis en place afin de délivrer l'impact. Il est ainsi conseillé de le rendre visuel, en y intégrant des tableaux, des infographies et autres graphiques.

Le rapport doit donc être composé d'une description de l'intention de changement souhaité, du problème identifié et de la communauté ciblée. Les objectifs d'impacts et des détails de la stratégie d'impact, comme par exemple les parties prenantes ayant participé ou encore les activités mis en œuvre, les succès, les enjeux, etc. doivent également être présent.

Woman Deliver
(Vancouver, 2019)

L'association *Woman Deliver* fournit pour chacune de ses conférences un rapport récapitulatif permettant de communiquer de manière claire et visuel ce qui a été produit suite aux événements et comment ces conférences permettent chacune à leur manière de réaliser sa mission interne à travers une intention d'impact relative à la destination hôte.

Le rapport établi suite à la conférence de 2019, permet de communiquer la façon dont l'événement a réussi à générer les impacts souhaités. Il décrit ainsi l'intention d'impact qui vise à promouvoir l'équité des genres et à inciter le développement d'action permettant d'améliorer les conditions des femmes dans différentes sphères de la société (santé, professionnel, etc.), mais détail également les objectifs sous-jacents, les différentes parties prenantes mobilisées (certaines internationales mais également les parties prenantes locales) et la façon dont elles se sont impliquées. Le rapport fait ensuite part de ce qui a été produit par l'organisation de la conférence et des changements qui ont été générés, ainsi que de la méthodologie entreprise afin d'identifier ces impacts. (Woman Deliver, 2019).

COMMUNIQUER AVEC LE “STORYTELLING”

La présentation de l'impact social à travers une communication narrative (« *storytelling* »), permet d'exposer clairement le changement généré par l'événement et d'engager plus fortement les lecteurs. En effet, celle-ci favorise l'auto-identification au message (vécu, ressenti). De même, la narration permet également de décrire le changement à travers les témoignages de ceux qui l'ont vécu, ressenti, donc de démontrer la concrétisation des impacts générés.

Il s'agit donc d'établir une communication se basant sur des histoires de réussite, à partir de témoignages personnels d'individus ayant participé à l'événement et/ou provenant de la communauté ciblée, afin de démontrer la façon dont ces personnes ont été impactés – quel changement a été perceptible dans leur vie, comment l'événement a transformé leur réflexion, façon de faire, etc.

Il est également important que ces histoires de réussites soient partagées par toutes les parties prenantes, en fonction de leurs objectifs spécifiques, afin d'exposer l'impact créé à travers différents canaux de communication.

Par exemple ...

One Young World Summit

(Bogota, 2017)

L'association One Young World utilise la communication narrative afin de démontrer l'impact que ses conférences génèrent sur la communauté ciblée (dans son cas ce sont les jeunes entrepreneurs). Elle s'appuie sur le fait que chaque participant devient, une fois la conférence terminée, un ambassadeur, c'est-à-dire qu'il est intégré au réseau de l'association et est soutenue par celle-ci. Chaque année, certains de ces ambassadeurs sont sélectionnés afin de pouvoir coordonner et effectuer un suivi des projets développés par les autres membres de la communauté vivant au sein de leur région respective. « *These Coordinating Ambassadors are supported by the One Young World Headquarters in London, who work year-round to track community impact, provide opportunities for local networking and spark opportunities for collaboration* » (One Young World, 2017A). Certains des projets sont finalement réutilisés au sein des rapports d'impact de OYW afin de démontrer la façon dont la conférence a permis à l'ambassadeur de développer son projet et de créer un changement concret au sein de sa région. Par exemple, grâce à la visibilité apporté par la conférence de 2017 à Bogotá, l'un des participants, co-fondateur d'une fondation nommé « *Fundación Aspirantes* » dont le but est d'améliorer l'accès à l'enseignement supérieur pour les jeunes colombiens défavorisés – notamment à travers le développement de leur compétence sociale et émotionnelle, ainsi que de leur capacités académique – a développé, avec son équipe et l'aide d'autres entreprises sociales, un cours permettant la réintégration d'ex-combattant afin qu'il puisse développer leur compétence académique et accéder à de l'éducation supérieure. En effet, « *due to the visibility provided at the One Young World 2017 Bogotá Summit, Fundación Aspirantes was profiled by a range of media and news outlets within Colombia. As a result of this, more than 500 young people reached out and expressed interest in enrolling in their college preparation programme* » (One Young World, 2018 :152). De plus, « *Felipe also joined forces with other Colombian One Young World Ambassadors to design Lidera el Cambio, a new platform to inspire, boost and connect initiatives of emerging leaders in Colombia* » (One Young World, 2018 :152).

Afin de maximiser la création d'impact sociaux et d'améliorer la stratégie initiale d'impact, il est nécessaire de partager ce qui a été appris tout au long du processus de génération.

Il s'agit donc de partager avec les autres membres de l'industrie et les académiciens, la stratégie, les outils, la méthodologie développés ainsi que les connaissances acquises dans le cadre du projet. Ceci permettra non seulement de promouvoir l'impact générée et les efforts mis en place pour sa création, mais également de stimuler la recherche sur le legs et l'impact des événements d'affaires, favorisant par la même occasion la mise en place d'une compréhension commune de ces notions et le développement de cadre d'analyse commun.

PARTAGER CE QUI A ÉTÉ APPRIS

Par exemple ...

XV International AIDS conference

(Bangkok, 2004)

L'une des initiatives majeures mise en place dans le cadre de la XV conférence internationale sur le sida, organisée à Bangkok, était le programme leadership qui visait à attiser la participation d'acteurs décisionnels (organisations, gouvernement, etc.) à développer des projets concrets dans la lutte contre le sida, et ce de manière continue. Le programme, mis en place par « *the Government of Thailand, the UNAIDS family, and the International AIDS Society* » (IAS, 2004 :53), était composé d'un ensemble de sessions dans lesquels « *leaders from the fields of religion, science, industry, media worked hand in hand with courageous AIDS champions from the most heavily affected communities to explore the importance of leadership and to identify key elements for a successful response* » (IAS, 2004 :54).

Suite à la conférence, ce programme a fait l'objet d'une évaluation, communiqué au sein du rapport de l'IAS, permettant de relayer non seulement ce qui avait été accompli à travers la mise en place de ce programme mais également les différentes leçons apprises dans ce processus, comme par exemple, l'importance d'impliquer une plus grande variété de parties prenante dans la préparation des différentes sessions – notamment à partir de liste de diffusion qui offre « *an excellent opportunity to expand the scope of the Leadership Programme and engagement of the civil society in better design of sessions. It also significantly improved the session content and more directly addressed the expectations of a wider audience* » (IAS, 2004 :59) – mais aussi la nécessité d'établir une évaluation stratégique bien avant le début de la conférence, le rôle proactif du gouvernement hôte, etc.

Les problèmes sociaux n'étant pas statique – ils changent de manière constante – Il faut ainsi rectifier, réajusté et améliorer de manière continue la stratégie d'impact et les objectifs afin de pouvoir les réadaptés aux nouvelles réalités et aux intérêts des parties prenantes.

Suite à la génération d'impact il est donc essentiel de faire un récapitulatif des succès et enjeux relatifs à la stratégie préalablement établit pour le projet. Il s'agit de comprendre les forces et les faiblesses de la stratégie d'impact, en identifiant ce qui a fonctionné et ce qui a moins bien fonctionné. Ceci permettra d'améliorer la stratégie mise en place afin de pouvoir générer à l'avenir des impacts d'intensité plus forte.

AMÉLIORER LA STRATÉGIE D'IMPACT SOCIAL

Différents procédés peuvent être utilisé – par exemple dans le cadre de la conférence *Woman Deliver* de 2019, organisé à Vancouver, en plus de la collecte de données mise en place à travers des questionnaires, une fois l'événement terminé, les membres de l'association ainsi que les diverses parties prenantes impliqués, notamment des leaders de la communauté autochtone locale, et représentant de différentes organisations et associations dans le monde, ont été mobilisé afin de mettre en place des mémos récapitulant ce qui avait été réalisé lors de l'événement. Ces mémos ont par la suite été partagés et discutés au sein de réunions afin d'établir ce qui avait été réussi et les aspects qu'il était important d'améliorer (Woman Deliver, 2019 :22).

Legs de planification

COMPRENDRE ET UTILISER LE LEGS DE PLANIFICATION

Il a été possible de constater dans cette étude que le legs, produit par l'événement, pouvait également être créé en amont lors de l'organisation et de la planification de celui-ci.

La construction d'une stratégie d'impact et l'organisation de l'événement forme ainsi un contexte de création de legs en amont de l'événement en tant que tel. On parle ici d'un « *pregnant legacy* » ou comme nous le présentons dans cette étude un legs de planification – par exemple la création de collaboration, la mise en place d'activité en amont de l'événement, nouvelles connaissances logistiques, la création d'une infrastructure afin que l'événement puisse avoir lieu, etc. Ces legs peuvent être actifs ou latents selon qu'il se sont révélés utile suite à leur création – par exemple l'utilisation de connaissances logistiques acquises lors de la planification qui peuvent être réutilisées pour un autre événement.

De plus, si ces legs ne sont pas forcément liés de manière directe à l'impact social créé par l'événement, ils peuvent devenir des ressources dans un contexte ultérieure et ainsi générer un impact social à leur tour. Pendant la crise du Covid, divers centres de congrès et associations un peu partout dans le monde, ont pris l'initiative d'utiliser leurs ressources – on parle ainsi de partenaires, d'infrastructures, de techniques logistiques, etc.– afin de pivoter leurs activités pour répondre aux besoins sociaux générés par la crise (saturation des hôpitaux, manque de masques et de produits de premières nécessités, etc.) (Quebec City Tourism, 2020 ; The Iceberg, 2020A). Ces ressources – qui sont en fait le produit de la planification d'événements antérieures, crée dans le but d'accueillir ces événements – trouve au sein du contexte du Covid de nouvelles utilités et génèrent ainsi de nouveaux impacts sociaux.

Il est essentiel de comprendre la formation de ces legs et de les identifier, afin d'appréhender la façon dont ils peuvent être utilisés dans un contexte différent de celui de l'événement pour générer de nouveaux impacts. Ceci permettra non seulement de renforcer la valeur des événements d'affaires, mais également de renforcer la capacité de résilience de

Par exemple ...

QualityofLife4OI
(AMSTERDAM, 2019)

Dans le cadre de la conférence organisée par l'association QualityofLide4OI, dont la mission est d'améliorer les conditions de vie des individus souffrant d'Ostéogénèse Imparfait (OI), un tiers des participants n'étaient autres que des personnes atteintes de cette maladie.

Afin de pouvoir les accueillir au sein de la conférence, L'association et le RAI Amsterdam ont collaboré ensemble afin de s'assurer que l'espace d'accueil de la conférence soit aménagé en fonction des besoins particulier de ces participants (certains d'entre eux se déplaçant en fauteuils roulants). Le RAI Amsterdam a ainsi été transformé dans le cadre de cette conférence afin de pouvoir permettre l'accueil d'un nombre important de personnes en situation d'handicap et bénéficie depuis d'une meilleure accessibilité, permettant à d'autres conférences futures de pouvoir les utiliser.

FACTEURS DE SUCCÈS

FACTEURS DE SUCCÈS

**STRATÉGIE BASÉE SUR
UN CHANGEMENT À
LONG TERME**

**STRATÉGIE AXÉE SUR
LA COMMUNAUTÉ ET
L'INNOVATION**

**CRÉATION D'UN
ÉCOSYSTÈME D'IMPACT
SOCIAL**

**PÉRÉNNISATION DES
COLLABORATIONS**

**CULTURE D'ENTREPRISE
AXÉE SUR LE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE**

**MOBILISATION DES
CLUSTERS
ÉCONOMIQUES ET DE
CONNAISSANCES**

La comparaison entre les cas d'étude et la littérature a également permis d'identifier différents facteurs favorisant le succès du processus de génération d'impact. En effet, on peut faire ressortir différentes caractéristiques au sein des cas d'étude et de la littérature sur l'impact des événements d'affaires, qui permettent d'assurer la mise en place des pratiques exemplaires et de maximiser la génération d'impacts sociaux. On en dénote six :

- Une stratégie basée sur un changement à long terme
- Une stratégie axée sur la communauté et l'innovation
- La création d'un « écosystème » centré sur la génération d'impact social
- La pérennisation des collaborations
- La mise en place d'une culture d'entreprise axée sur le développement durable
- La mobilisation des clusters économiques et de connaissances des destinations hôtes

STRATÉGIE BASÉE SUR UN CHANGEMENT À LONG TERME

Une réflexion stratégique basée sur le long terme est l'un des éléments clés pour assurer le succès de la création d'impact social. Afin de générer un impact puissant et durable, il est primordial de penser l'événement en tant que source de changement social et non pas simplement comme espace accueillant des activités permettant ce changement. Il s'agit donc d'aller au-delà des objectifs organisationnels et des activités RSE afin de comprendre comment l'événement permet de créer du changement pour la communauté hôte. La stratégie d'impact doit donc être établie sur une vision à long terme, comme une réponse à un problème identifié au sein de la communauté hôte.

CRÉATION D'UN ÉCOSYSTÈME D'IMPACT SOCIAL

On entend ici par « écosystème d'impact social » un ensemble d'acteurs, parties prenantes de l'industrie des événements d'affaires (DMO, organisations, centre de recherches, associations, etc.) regroupés et collaborant entre eux selon une même stratégie d'impact. Il s'agit donc de créer une coopération continue entre ces acteurs et basée sur une même compréhension de l'impact social et des objectifs à atteindre, afin de renforcer la génération d'impact social sur le long terme.

Ce type d'organisation peut être établi tant au niveau d'une ou de plusieurs villes ou dans le cadre d'une stratégie nationale. La création d'un tel écosystème permet d'améliorer la génération d'impact social non seulement en renforçant la collaboration entre les parties prenantes, mais également en fournissant un terrain d'entente sur lequel construire et mesurer les legs et impacts sociaux des événements.

STRATÉGIE AXÉE SUR LA COMMUNAUTÉ ET L'INNOVATION

L'un des éléments clés du succès est de prendre conscience du rôle des événements au sein du développement des sociétés. Les organisateurs de réunions, les infrastructures d'accueils, les fournisseurs et toutes les parties prenantes doivent comprendre le rôle social des événements et en quoi ils sont des leviers de changement dans la société. Les événements d'affaires ne doivent plus être simplement organisés comme des activités axées sur le développement des affaires et l'avancement professionnel, mais être considérés pour leur rôle au sein de la société. Afin d'établir un événement générant des impacts sociaux ayant une forte intensité, il est nécessaire d'établir une stratégie axée sur la communauté et l'innovation.

PÉRÉNNISATION DES COLLABORATIONS

La pérennisation et le développement des relations bâtit à travers les projets d'impacts permet d'assurer la création de nouveau projet d'impact ou encore de poursuivre de manière plus approfondie un projet déjà établi. Il est donc essentiel de maintenir et développer les relations formées afin de pouvoir s'appuyer sur ses collaborations et les réutilisées.

Pérenniser vos collaborations et relations permet donc de renforcer les impacts sociaux déjà créés et de générer de nouveaux impacts dans d'autres domaines. En contrepartie ceci aide à soutenir le changement social dans les communautés de manière durable.

CULTURE D'ENTREPRISE AXÉE SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le développement d'une culture d'entreprise axée sur le développement durable favorise l'établissement de stratégies d'impact cohérente et axée sur la communauté. Ceci permet en retour de générer des changements significatifs au sein des communautés hôtes. En effet, une culture organisationnelle du développement durable est basée sur la collaboration et une compréhension commune du développement comme équilibre entre équité sociale, efficacité économique et responsabilisation environnementale. Ce type de culture d'entreprise contribue ainsi à établir une stratégie fondée sur des objectifs et une intention qui sont partagés par chacun des acteurs en jeux.

Cette culture d'entreprise permet également de réfléchir à la manière dont les ressources disponibles – au sein de l'organisation, de l'association, de la destination, etc. – peuvent être déployées et redéployées selon le contexte dans le but de créer un changement social sur le long terme.

UTILISATION DES CLUSTERS ÉCONOMIQUES ET DE CONNAISSANCES

Cartographier et crée des relations solides avec les différents clusters économiques et de connaissances – on parle ici de réseaux, formés d'organisations, centres de recherche, gouvernements, etc., qui favorise l'innovation et le développement du savoir au sein de différents domaines (santé, technologie, énergie, etc.). – permet d'assurer la génération d'impact social de forte intensité. En effet, l'identification et la création de collaboration avec ces clusters, facilite l'accès à l'expertise et aux connaissances locales, ainsi que leur partage. Ceci permet d'appréhender le contexte de la destination mais contribue également à favoriser le réseautage, la dissémination de connaissance et l'innovation, et donc à générer un impact de plus forte intensité. S'appuyer sur ces réseaux, ces pôles de connaissances et d'innovation, permet d'assurer la génération d'impact sociaux importants au sein des communauté hôte.

UTILISATION DES CLUSTERS ÉCONOMIQUES ET DE CONNAISSANCES

STRATÉGIE BASÉE SUR UN CHANGEMENT À LONG TERME

PÉRÉNNISATION DES COLLABORATIONS ET DES RELATIONS

CULTURE D'ENTREPRISE AXÉE SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

CRÉATION D'UN ÉCOSYSTÈME D'IMPACT SOCIAL

STRATÉGIE AXÉE SUR LA COMMUNAUTÉ ET L'INNOVATION

FACTEURS DE SUCCÈS

PRATIQUES EXEMPLAIRES

Définir

Gérer

Mesurer

Maximiser

Avoir une intention claire et pertinente

Comprendre le contexte de la destination

Définir en collaborant

Prendre de l'avance pour optimiser

Comprendre et définir le chemin logique du changement

Penser et travailler ensemble

Impliquer la communauté

Construire une grille d'analyse spécifique à l'intention d'impact

Mobiliser les parties prenantes

Faire un suivi de l'événement

S'engager dans un suivi à long terme

Communiquer l'impact au sein d'un rapport

Communiquer avec le « storytelling »

Partager ce qui a été appris

Améliorer la stratégie d'impact social

Comprendre et utiliser le legs de planification

SCÉNARIOS

Scénarios

06

L'étude propose finalement l'analyse de quatre scénarios permettant d'illustrer la façon dont ces pratiques exemplaires peuvent être intégrées par des événements d'affaires afin de générer un impact social. Ces quatre événements d'affaires, ayant eu lieu entre 2017 et 2019, ont chacun une intention d'impact différentes et permettent donc d'observer comment certaines de ces pratiques sont mise en place selon des projets d'impact différents.

De plus, ces scénarios mettront en avant les facteurs de succès sur lesquels ces événements se sont appuyés pour développer leur stratégie.



International Ornithological Congress
Vancouver, Canada 2018

Intention Claire: Renforcer la préservation des écosystèmes terrestres en sensibilisant et renseignant la communauté locale sur les enjeux environnementaux concernant les espèces aviaires.

ODD: Vie sur terre (15)

Ce qui a été produit par l'événement

- Création du premier Festival international des oiseaux, dirigé par des artistes des Premières Nations – tout au long du congrès et se poursuivant annuellement
- Création de tours de découverte des espèces d'oiseaux dans différents endroits de la ville, en collaboration avec l'association du tourisme autochtone de la Colombie-Britannique afin de créer une occasion de se connecter avec la nature à Vancouver et de développer une industrie commerciale locale autour de la protection des oiseaux (Kerr, 2018).
- Mise en place de diverses présentations publiques dont notamment une présentation de l'écrivain, artiste et militante écologiste Margaret Atwood » (Purhar, 2018).
- Exposition publique d'une murale collaborative internationale mettant en vedette les 678 espèces d'oiseaux menacées du monde

FACTEURS DE SUCCÈS

STRATÉGIE BASÉE SUR UN CHANGEMENT À LONG TERME : Lors du congrès de 2018 à Vancouver le sujet portait principalement sur les enjeux environnementaux concernant les espèces aviaires. La mission interne de l'union internationale des ornithologues étant de favoriser la dissémination des connaissances sur les espèces aviaires, la collaboration entre scientifique et la transmission des connaissances de la théorie vers la pratique (notamment la conservation des espèces), l'intention d'impact était de favoriser la préservation de la biodiversité aviaire au sein de la destination hôte à travers la sensibilisation et l'éducation de la communauté locale sur les enjeux environnementaux concernant les oiseaux. La stratégie d'impact était donc basée sur un impact social à long terme qui ne visait pas simplement la sensibilisation des individus mais plutôt l'utilisation de celle-ci afin de préserver l'écosystème et ainsi d'établir une meilleure qualité de vie.

STRATÉGIE AXÉE SUR LA COMMUNAUTÉ ET L'INNOVATION : La stratégie d'impact était centrée sur la communauté puisque l'intention favorisait l'amélioration de la qualité de vie de la communauté locale à travers la préservation de l'écosystème. L'événement se voulait donc un levier de changement pour la communauté.

UTILISATION DES CLUSTERS ÉCONOMIQUES ET DE CONNAISSANCES : L'événement et la stratégie se sont basées sur une collaboration avec diverses parties prenantes de la destination hôte, notamment Tourisme Vancouver, la ville de Vancouver et la province de la Colombie-Britannique, l'Université Simon Fraser, Environnement Canada et Oiseaux Canada (*Bird studies Canada*), permettant ainsi d'appréhender le contexte de la destination et d'influencer la génération d'impact au sein de la destination hôte.

IMPACT

- L'événement a permis aux participants de partager leurs découvertes et de développer leurs réseaux, mais aussi de partager leurs connaissances et leur vision avec la population en intégrant le public dans plusieurs activités du congrès.
- La collaboration avec les ministres du Cabinet des gouvernements fédéral et provinciaux a permis d'ouvrir la discussion avec la communauté et les chercheurs sur le rôle de la science dans les politiques gouvernementales au Canada.
- La participation du public et l'implication des premières nations ont permis de favoriser la sensibilisation mais également la dissémination des connaissances, en permettant d'un côté aux participants de pouvoir partager leurs idées et connaissances mais également en permettant au public et aux premières nations de prendre part aux discussions.

Intention pertinente : Vancouver a vu ces schémas de migration changer suite aux feux de forêt. Elle était donc un lieu idéal pour déployer cette intention.

Contexte de la destination : Vancouver est située sur une route migratoire majeure et la ville possède une stratégie concernant la protection des oiseaux.

Définir en collaborant /Penser et travailler ensemble : Les principaux intervenants, dont Tourism Vancouver, la ville de Vancouver et la province de la Colombie-Britannique, le professeur Robert Elnor à l'Université Simon Fraser, Environnement Canada et Bird Studies Canada, ont été fortement impliqués dans la conférence et leur collaboration a contribué à créer un contexte favorable pour créer impact.

Comprendre et définir le chemin logique du changement : Afin d'établir l'impact sur le long terme la conférence avait comme objectif à court terme de favoriser la sensibilisation des communautés hôtes envers les enjeux environnementaux en relation aux espèces aviaires et l'importance de conserver leur écosystème. Ceci a permis d'être réalisé notamment le partage d'informations et de connaissances entre les participants et le public, mais également à travers les différentes activités permettant d'impliquer la communauté (festival, tours, etc.)

Impliquer la communauté : Différentes activités ont permis au public de participer de manière plus ou moins active à l'événement (festival international des oiseaux, tours de découverte, mural, etc.) mais également en amont de l'événement par rapport à la création du festival (workshops pour marcher avec des échasses, pour apprendre les mouvements des oiseaux, etc.)

Communiquer l'impact au sein d'un rapport : Bien que le rapport n'ait pas encore été publié par l'Union internationale des Ornithologues, Tourism Vancouver a cependant publié un article et une vidéo permettant de résumer ce qui a été délivré par l'événement en décrivant les différentes activités et succès réalisés par celui-ci.

CE QUI AURAIT PU ÊTRE FAIT

- **Communiquer l'impact au sein d'un rapport :** il aurait été pertinent de donner plus de détails quant aux indicateurs utilisés lors de l'étape de mesure – comment la conférence a permis de sensibiliser – nombre de personnes ayant connaissance des enjeux ou de la politique en place avant et après l'événement, etc. Cela aurait également permis de pouvoir communiquer de manière claire, non seulement le changement créé par l'événement, son processus, mais également ce qui a été appris lors de la mise en place de cette stratégie d'impact afin de pouvoir partager ses connaissances avec l'industrie.
- **Communiquer avec le « storytelling » :** mettre en avant le vécu de certains participants ou membre de la communauté hôte et sur la façon dont l'événement a créé un changement dans leur vie aurait été pertinent afin de montrer comment le changement généré par l'événement s'est concrétisé selon les individus.
- **Suivi à long terme :** faire le suivi du changement généré sur le long terme au sein de la communauté hôtes suite à l'événement (nouvelles politiques, renforcement de la politique sur les espèces aviaires de Vancouver, taux de mortalité des espèces aviaires dans la région, etc.)



2019 SACNAS – The National Diversity in STEM Conference

Honolulu, Hawaii 2019

Intention claire: Développer l’inclusivité dans le secteur des STIM (science, technologie, ingénierie et mathématiques), en favorisant le développement professionnel des individus autochtones et de deuxième génération ainsi que de leurs connaissances au sein de la recherche en STIM.

ODD: Réduire les inégalités (10) et travail décent et croissance économique (8)

Ce qui a été produit par l’événement

- Environ 5000 participants dont 2069 participants de première génération
- 2903 individus ont participé pour la première fois à la conférence SACNAS
- 838 posters étudiants et présentations orales d’étudiants diplômés
- Présentations de 6 conférenciers (chercheurs et leader locaux) originaire d’Hawaii, qui ont partagé leurs expériences personnelles, leurs réflexions, leurs conseils
- 430 stands d’exposition composé de recherches étudiantes et de professionnels autochtones ou de deuxième génération.
- Une journée centré sur les étudiants hawaïens des collèges communautaires locaux
- Une participation de personnes autochtones qui a augmenté de 85,5%

(Hawaii Convention Center, 2019 ; SACNAS, 2020)

FACTEURS DE SUCCÈS

STRATÉGIE BASÉE SUR UN CHANGEMENT À LONG TERME : La stratégie d’impact était basée sur un changement à long terme qui visait à établir une plus grande inclusion au sein de la recherche en STIM, en favorisant le développement professionnel des populations autochtones et des personnes de deuxième génération.

STRATÉGIE AXÉE SUR LA COMMUNAUTÉ ET L’INNOVATION : La stratégie d’impact était axée sur la communauté et l’innovation puisque l’intention d’impact visait à développer l’inclusion dans la recherche en STIM en permettant d’accroître la visibilité et la reconnaissance du travail d’étudiants et de chercheurs autochtones en STIM, plus particulièrement des jeunes et futurs chercheurs d’Hawaii.

IMPACT

- Le “Graduate School and Career Expo” a permis aux étudiants et autres délégués d’accroître leurs réseaux et d’accéder à de nouvelles opportunités, à travers la mise en place des 430 stands représentant des agences, institutions et compagnies reconnues en tant que leaders dans le secteur des STIM. (SACNAS, 2020)
- Les présentations des 6 conférenciers originaires d’Hawaï ont permis d’inspirer les étudiants et autres participants à travers le partage de leur expérience et parcours personnel.
- Les étudiants de l’Université d’Hawaï ont également eu l’occasion de présenter leur recherche pour la première fois, ce qui leur a permis de se sentir plus confiant dans leur carrière académique.
- Suite à l’événement, l’université d’Hawaï a également reçu environ 200 demandes de la part d’étudiants autochtones ou de deuxième génération, en rapport aux programmes d’étude supérieure offerts par l’université. (SACNAS, 2020)
- 90% des étudiants participants ont formé des relations pouvant les aider à avancer dans leur chemin académique ou carrière professionnelle (SACNAS, 2020)
- 90% des professionnels participant se sont sentis énergisés et inspirés (SACNAS, 2020)

PRATIQUES EXEMPLAIRES

Intention pertinente /Contexte de la destination : Le campus de l’Université d’Hawaï, situé à Honolulu, est reconnu comme l’un des campus les plus diversifiés des États-Unis (Diversity in STEAM Magazine, n.d). De plus, Hawaï compte une forte population autochtone. L’intention étant de favoriser l’inclusion de personnes autochtones au sein des STEM, elle s’aligne donc parfaitement au contexte de la destination et devient tout à fait pertinente.

Définir en collaborant /Penser et travailler ensemble : L’objectif de l’Université d’Hawaï était de “*showcase the work of our faculty bringing together Hawai’i’s traditional indigenous knowledge and practice with modern science to better understand and address the challenges and opportunities we all face*” Diversity in STEAM Magazine, n.d). Il y a donc un alignement entre la mission de SACNAS et celle de l’Université qui est ancrée au sein de l’intention d’impact et dans la stratégie.

Comprendre et définir le chemin logique du changement : L’intention étant de favoriser l’inclusivité dans le secteur des STIM, la conférence devait permettre aux étudiants et professionnels autochtones et de deuxième génération de pouvoir développer leur carrière. Pour cela, il était nécessaire d’offrir la possibilité de créer de nouvelles relations, mais également de pouvoir partager leurs idées et leurs recherches afin de promouvoir leur travaux et compétences.

Impliquer la communauté : L’événement a impliqué la communauté ciblée, les étudiants et professionnels autochtones en STIM et plus particulièrement les participants hawaïens, en leur permettant d’avoir accès à des workshops, en leur offrant une plateforme afin de pouvoir partager leurs recherches, mais également à travers la mise en place d’une journée pour les étudiants hawaïens des collèges communautaires locaux.

Construire une grille d’analyse spécifique à l’intention d’impact : L’intention étant de favoriser l’inclusion des populations autochtones dans la recherche en STIM, ceci a été réalisé à travers la promotion des recherches et travaux des étudiants, la création de réseaux, etc. La grille utilisée s’intéressait donc à des indicateurs comme le nombre d’étudiants ayant formé de nouvelles relations, s’ils ont été inspirés ou non, etc.

Faire un suivi de l’événement : L’événement a fait l’objet d’un suivi à travers la collecte de données à partir de questionnaires transmis aux participants.

Communiquer l’impact au sein d’un rapport : SACNAS a publié un rapport d’impact clair et visuel du changement ayant été réalisé, au sein duquel ils expliquent les activités mises en place et les résultats de ces activités

Communiquer l’impact avec le « storytelling » : Afin de partager l’expérience des participants, certains tweets ont été intégrés au rapport, permettant ainsi de montrer la façon dont les participants ont vécu la conférence et l’effet que celle-ci a eu sur eux.

CE QUI AURAIT PU ÊTRE FAIT

Mobiliser les parties prenantes : Il aurait été pertinent de mobiliser l’université d’Hawaï dans le processus de mesure des impacts. L’université aurait pu acquérir des données sur la façon dont le changement a pu être constaté pour les étudiants hawaïens ayant participé (nouvelles opportunités acquises, nouvelles collaborations, stages, postes, etc.) et ceci sur le court, moyen et long terme.

Communiquer avec le « storytelling » : La communication narrative aurait pu utiliser le vécu d’étudiants ou de jeunes professionnels hawaïens – à savoir comment l’événement a agi sur leur carrière, quel changement il a causé dans leur vie.

STESSA '18

STESSA Conference

Christchurch, Nouvelle-Zélande 2018

Intention claire: Développer de meilleures constructions antisismiques à partir des techniques sidérurgiques afin de renforcer la résilience des villes

ODD: Industrie, innovation et infrastructure (9)

Ce qui a été produit par l'événement

- 650 participants avec plus de 150 participants venant d'une vingtaine de pays différents.
- La conférence a donné lieu à différentes présentations centrées sur les connaissances acquises suite aux tremblements de terres de Canterbury, quant à la performance des structures.
- Publication d'un livre regroupant les différentes présentations et recherches présentée lors de la conférence et qui porte sur le développement de techniques sidérurgiques résistant aux tremblements de terres
- Une sortie permettant aux participants d'appréhender l'application de conceptions sismiques innovantes au sein de Christchurch.

(SCNZ, n.d.; ChristchurchNZ, 2020)

FACTEURS DE SUCCÈS

STRATÉGIE BASÉE SUR UN CHANGEMENT À LONG TERME : L'intention de cette conférence est de permettre la création de constructions antisismiques plus performantes en favorisant le développement de nouvelles techniques sidérurgiques. Elle est donc basée sur un objectif à long terme qui est d'améliorer la résistance des infrastructures des villes pour assurer la sécurité des communautés.

STRATÉGIE AXÉE SUR LA COMMUNAUTÉ ET L'INNOVATION : L'intention est basée non seulement sur la communauté mais également l'innovation. En effet, l'intention d'impact est de favoriser le développement et l'amélioration des techniques sidérurgiques permettant de résister aux tremblements de terre afin de renforcer la résilience de Christchurch mais également d'autres villes du monde.

UTILISATION DES CLUSTERS ÉCONOMIQUES ET DE CONNAISSANCES : Différentes parties prenantes ont été impliqués dans le processus, notamment des universités néo-zélandaises (Canterbury, Auckland), des entreprises de l'industrie, ainsi que le centre UC Quake (partenariat entre le gouvernement néo-zélandais, l'Université de Canterbury et plusieurs groupes industriels de premier plan, travaillant ensemble dans le secteur de l'ingénierie pour fournir des connaissances, des recherches et des solutions de classe mondiale aux problèmes sismiques). La stratégie d'impact a donc été établit en s'appuyant sur ce réseau d'acteurs dont la mission interne s'aligne à l'intention d'impact.

IMPACT

- Promotion de l'expertise (designs, constructions) néo-zélandaises à l'international
- Partage d'informations et d'idées entre les participants permettant de favoriser l'innovation
- Les différentes présentations et discussions mise en place par l'événement ainsi que la sortie au sein de Christchurch ont permis d'inspirer les participants et de collaborer permettant ainsi de favoriser de nouvelles innovations et le développement et la mise en place de nouvelles techniques sidérurgiques.

PRATIQUES EXEMPLAIRES

Intention pertinente/ Contexte de la destination : L'intention d'impact est de favoriser le développement de Nouvelles technologies sidérurgiques permettant de construire des infrastructures plus résistantes aux tremblements de terre, en offrant une plateforme aux chercheurs et ingénieurs leur permettant de partager leurs recherches et leurs idées ainsi que de créer des relations. Christchurch ayant subi deux tremblements de terres en 2010 et 2011, la ville a ainsi acquise une certaine expertise sur les constructions antisismique mais reste toujours à risque. L'intention d'impact était donc ancrée dans le contexte de la destination et était pertinente tant pour les participants que pour la communauté.

Définir en collaborant /Penser et travailler ensemble : L'événement a été organisé par l'entreprise de construction sidérurgique néo-zélandaise SCNZ en collaboration avec différentes parties prenantes, telles que les universités de Canterbury et d'Auckland, le UC Quake, ou encore la société néo-zélandaise d'ingénierie, de design et conseil Aurecon. Les missions internes de l'ensemble de ces acteurs s'alignaient parfaitement avec l'intention d'impact établi. Il y avait donc une compréhension commune de l'intention et de la stratégie d'impact

Comprendre et définir le chemin logique du changement : L'intention d'impact est de favoriser le développement de nouvelles technologies sidérurgiques permettant de construire des infrastructures antisismiques performante pour la communauté. Pour atteindre ce but, l'événement a ainsi favorisé le développement d'innovation en offrant une plateforme de partage et de rencontre aux chercheurs et ingénieurs afin qu'ils puissent partager leur recherche et leurs idées ainsi que créer de nouvelles collaborations.

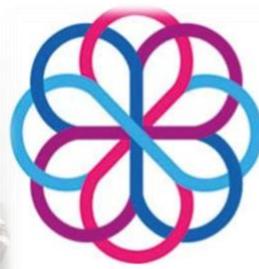
CE QUI AURAIT PU ÊTRE FAIT

Impliquer la communauté: Afin de générer un impact social de plus forte intensité sur le long terme, il aurait été pertinent d'impliquer la communauté de la région de Canterbury au sein de l'événement, en leur permettant de participer aux discussions – partager leurs expériences (comment ils ont vécu le séisme au sein de leurs infrastructures) ainsi que leurs questions – ou encore à travers des campagnes de sensibilisation concernant les risques sismiques et les infrastructures, les méthodes de préventions, etc.

S'engager dans un suivi sur le long terme: Afin de démontrer la valeur ajoutée de l'événement pour la communauté il aurait été pertinent de s'engager dans un suivi à long terme afin de communiquer la façon dont l'événement a transformé la condition au sein de la destination hôtes – c'est-à-dire comment elle a permis de renforcer l'expertise de la Nouvelle-Zélande, quelles nouvelles techniques ont été développés, mais aussi est-ce que des politiques ont été mise en place en rapport aux techniques sidérurgiques utilisées pour les constructions antisismiques, etc.

Communiquer avec l'impact au sein d'un rapport : Il aurait été pertinent d'établir un rapport suite à l'événement, au sein duquel l'intention d'impact, les objectifs, les activités, la mesure, les réussites, etc., afin de démontrer de manière visuelle le changement que celui-ci a généré.

Communiquer avec le "storytelling" : Il aurait été également pertinent de présenter certains témoignages de participants et d'individus de la communauté, expliquant comment ils ont vécu le changement apporté par l'événement – ce que cela leur a apporté, comment ils ont utilisé les connaissances acquises, les collaborations qu'ils ont développées et comment cela a agi sur leur carrière, leur pratique, leur recherche, etc.



Promoting Inclusion Transforming Lives

International Conference 2017

14 - 16 June 2017, Dundee, Scotland

The promoting Inclusion – Transforming lives International
conference

Dundee, Scotland 2017

Intention claire: transformer les conditions de vie des personnes souffrant de troubles d'apprentissage profonds et multiples dans la communauté de Dundee en Écosse

ODD: Bonne santé et bien-être (3)

Ce qui a été produit par l'événement

- 187 participants provenant de 9 pays différents
- La mise en place de l'« *Inclusive design day* » (Miller, 2017), dont le but était de créer un espace de réflexion et d'échange entre les personnes utilisatrices des espaces publics et privés et souffrant de troubles d'apprentissage profonds et multiples, et les concepteurs de ces espaces ayant la volonté de favoriser l'inclusion, a permis non seulement de soulever des réflexions ancrées dans des problèmes concrets pour la communauté cible mais également d'établir des connexions entre ces individus.
- L'événement a aussi généré une plus grande sensibilisation sur le sujet des troubles d'apprentissage profonds et multiples, à travers non seulement des sessions ouvertes mises en place au sein de l'événement et offrant « *an opportunity to meet and discuss projects and ideas in greater depth, and/or personal/group reflections on implementing learning and ideas to practice* » (Dundee & Angus Convention Bureau, 2017), mais également à travers les différentes présentations de conférenciers souffrant de cette situation ou ayant un proche souffrant de troubles d'apprentissages, et le partage de leurs expériences personnelles et réflexions.

FACTEURS DE SUCCÈS

STRATÉGIE BASÉE SUR UN CHANGEMENT À LONG TERME : La stratégie d'impact est basée sur un changement à long terme puisque l'intention est d'améliorer la qualité de vie des personnes souffrant de PMLD au sein de la communauté de Dundee. Il est donc question d'utiliser l'événement comme un levier générateur de changement qui mèneront au fur et à mesure à un changement de condition au sein de la communauté.

STRATÉGIE AXÉE SUR LA COMMUNAUTÉ ET L'INNOVATION : L'intention de la conférence de 2017 s'intéresse à une communauté particulière (populations de Dundee souffrant de troubles d'apprentissage profonds et multiples) d'un problème spécifique (peu d'inclusion au sein de la société). La stratégie est donc axée sur axée sur la communauté mais également sur l'innovation puisqu'il s'agit de répondre au problème en favorisant, certes la sensibilisation, mais surtout le développement de nouvelles initiatives permettant de rendre la ville de Dundee plus inclusive.

UTILISATION DES CLUSTERS ÉCONOMIQUES ET DE CONNAISSANCES : La stratégie a été élaborer en collaboration entre l'association PAMIS, l'Université de Dundee ainsi que son centre de recherche TCELT (« *Transformative Change: Educational and Life Transitions* »), composé de chercheurs de différentes universités nationales et internationales, d'associations caritatives dont le but est de faire progresser l'inclusion des personnes ayant des troubles d'apprentissages, et de professionnels de la santé. L'office du tourisme et des congrès de Dundee et Angus a également participé de manière proactive au processus en offrant un support et un encadrement – « *holding meetings, and ensuring action points were addressed* » (Dundee & Angus Convention Bureau, 2017) – mais également en favorisant la connexion entre le comité organisateur et différentes organisations locales sur lesquels l'événement pouvait s'appuyer. De plus, l'office de tourisme et de congrès s'est aligné à l'intention en ancrant leur propre mission à l'objectif de faire de Dundee une ville plus inclusive.

IMPACT

- Les idées et réflexions déployées au sein des différentes sessions et présentation ont permis de générer des collaborations the development of interdisciplinary work across the globe.
- L'une des conférencières, Claire D'All, « a wheelchair-bound delegate who presented a keynote speech on how she broke down barriers to attend university » (Dundee & Angus Convention Bureau, 2017), a été contacté suite à la conférence par Euan's guide, une organisation offrant une plateforme permettant de donner son avis sur l'accessibilité d'hébergements et autres sites accueillant du public, afin de participer à leur mission.
- Suite à la conférence PAMIS a commencé à travailler en collaboration avec certains participants, sur le développement d'un ensemble de projets provenant d'idées formulées au cours de l'événement. Par exemple, la création d'un réseau international de mobilisation, afin de favoriser le partage des expériences personnelles et supporter l'implication des personnes souffrants de troubles d'apprentissage et leur permettre de se faire entendre au niveau national; ou encore l'exploration du concept de « *lifelong learning for people with PMLD* » (Dundee & Angus Convention Bureau, 2017) exposé par les participants lors des discussions.
- La conférence a permis d'inspirer l'office de tourisme et de congrès de Dundee et Angus. Celui-ci s'est engagé à travailler avec ses partenaires afin d'encourager une plus grande prise en considération de l'accessibilité des sites et événements, notamment à travers la création d'une initiative nommé « *Inclusive Ambassador* » en collaboration avec PAMIS, permettant d'offrir des formations gratuites au personnel de ses partenaires « *in order to ensure that inclusivity is at the forefront of operators' and suppliers' minds* » (Dundee & Angus Convention Bureau, 2017)

PRATIQUES EXEMPLAIRES

Intention pertinente : L'intention définie est pertinente puisqu'elle s'attache à répondre à un problème concret et ancrée dans la vie de la population ciblée. En favorisant le développement d'une ville, dans ce cas-ci Dundee, plus inclusive on améliore les conditions de vie des personnes souffrant de troubles d'apprentissage profonds et multiples ainsi que celle de leur famille.

Contexte de la destination : La stratégie a pris en considération non seulement le fait que Dundee était le siège de l'association PAMIS et du centre de recherche TCELT, donc qu'il existait un réseau de connaissance autour du sujet, mais également que le Dalhousie Building de l'Université de Dundee était l'un des établissements d'accueil les plus accessibles en Écosse, permettant ainsi d'accueillir au mieux les participants.

Comprendre et définir le chemin logique du changement : Afin d'améliorer les conditions de vie des personnes souffrant de troubles d'apprentissage de la communauté, il était nécessaire d'améliorer l'inclusivité de la ville de Dundee. Pour cela, il était donc essentiel de sensibiliser les différents acteurs en jeux aux problèmes relatifs à l'inclusion des personnes souffrant de troubles d'apprentissages, mais également de favoriser la création de collaborations et de projets permettant de rendre la ville plus inclusive. Ceci pouvait devenir possible en maximisant le partage d'idées et d'expériences personnelles entre les acteurs décisionnels et la communauté.

Impliquer la communauté : La conférence a invité une grande variété d'acteurs, tels que des décideurs politiques, urbanistes, universitaires, familles et personnes souffrant des troubles d'apprentissages, à participer à l'événement, afin de permettre de maximiser le partage d'information et la création de collaboration pertinente pour développer une ville plus inclusive. De plus, la conférence a également réussi à impliquer la communauté en créant un « *Inclusive Design day* », au sein duquel différents acteurs ayant un rôle instrumental dans le développement de la ville (Scotland Business Tourism, décideurs politiques, architectes, opérateurs de transport, etc.), on put partager leurs initiatives mais également réfléchir en collaboration avec la communauté, au moyen d'améliorer l'inclusivité de Dundee (Miller, 2017).

Faire un suivi de l'événement : Bien qu'aucun rapport n'ait été publié à ce jour la directrice générale de PAMIS (association organisatrice) indique cependant qu'une analyse de l'événement est en cours (Dundee & Angus Convention Bureau, 2017).

CE QUI AURAIT PU ÊTRE FAIT

S'engager dans un suivi sur le long terme : Établir un suivi des projets développés suite à la conférence et des changements concrets qu'ils ont générés pour la communauté aurait permis de valoriser l'événement et son impact en démontrant le lien logique existant entre

Communiquer l'impact au sein d'un rapport : Il aurait été pertinent d'établir un rapport d'impact suite à l'événement, au sein duquel différents éléments de la stratégie utilisée auraient été explicités : l'intention, le rôle des parties prenantes et comment elles ont participé au sein du processus, les objectifs et activités mis en place pour les atteindre, la méthodologie etc.

Communiquer avec le « *storytelling* » : Afin de valoriser l'impact social créé par l'événement, il aurait été pertinent de permettre aux participants et à des membres de la communauté ciblée, d'expliquer la façon dont ils ont été impactés par la conférence – c'est-à-dire les changements que celui-ci a générés au niveau personnel ou professionnel et la façon dont ces changements se concrétisent selon les individus.

De nos jours, si les événements sont insérés au sein des stratégies de plusieurs villes comme des leviers de développement, leur rôle et leur valeur est cependant majoritairement restreint aux bénéfices économiques, et plus particulièrement touristiques, qu'ils engendrent. Or, plusieurs académiciens et membres de l'industrie ont soulevé le fait que ceux-ci pouvaient être également des sources d'impacts sociaux importants pour les communautés hôtes. De plus, la « dénonciation » des effets négatifs engendrés par les événements de manière générale, pousse les organisateurs et associations, ainsi que les destinations à intégrer au sein de leur planification et collaboration des stratégies permettant d'atténuer ces effets tout en faisant valoir les effets positifs des événements. La capacité à démontrer et partager l'impact généré au sein de la société par les événements d'affaires devient donc un enjeu fondamental pour l'industrie, qui doit dorénavant prouver la plus-value offerte par ces événements. Afin d'outiller les acteurs de l'industrie à établir une stratégie efficace, #Meet4Impact a donc proposé d'identifier les meilleures pratiques existantes, permettant la génération d'impact sociaux de forte intensité.

Cette étude a ainsi identifié 15 pratiques exemplaires permettant d'assurer la génération d'impact social positif à travers un événement d'affaire. Celles-ci ont été distinguées selon les 4 étapes du processus de génération – Définir, Gérer, Mesurer, Maximiser – défini par #Meet4Impact.

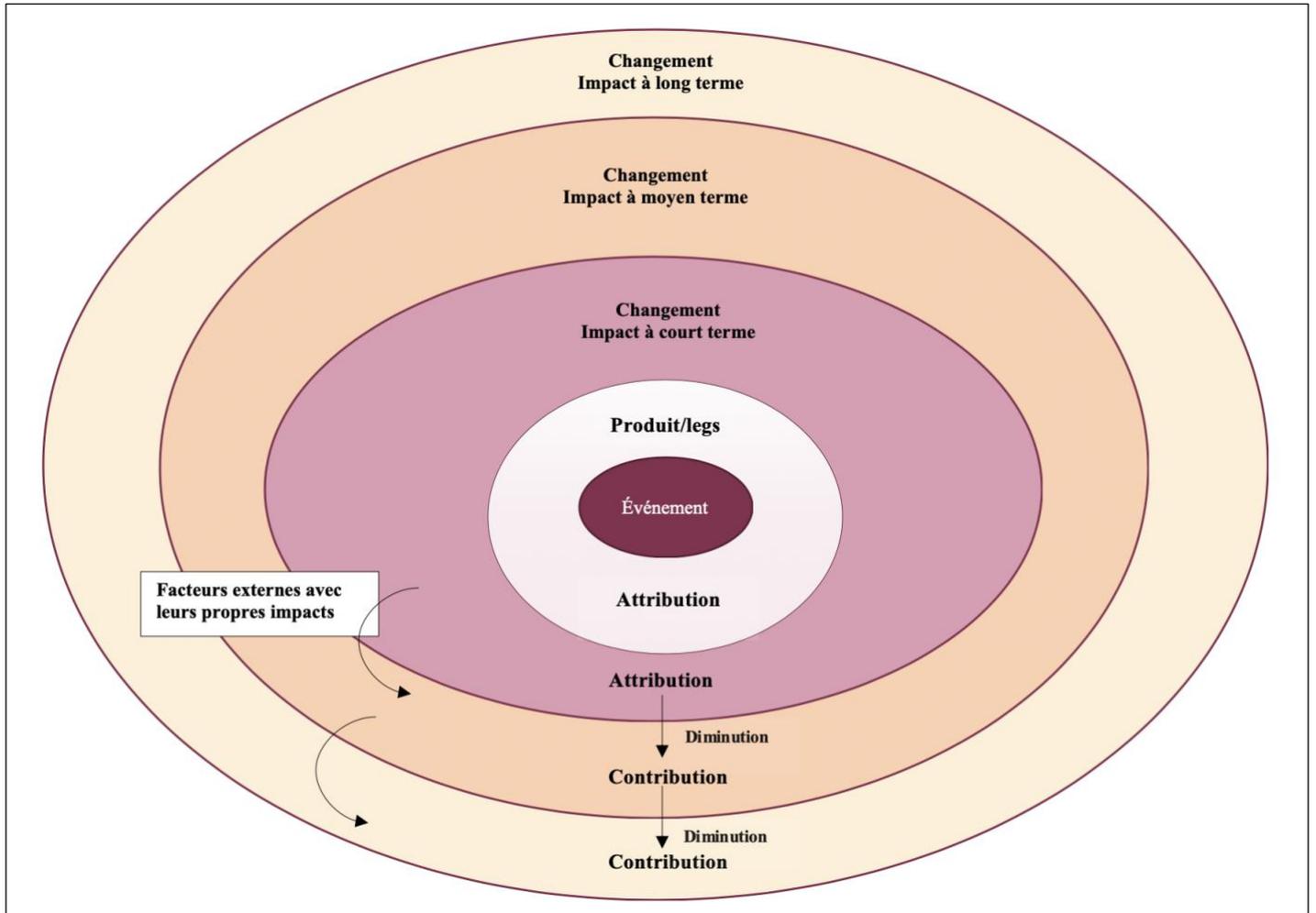
Définir	<ul style="list-style-type: none"> - Avoir une intention claire et pertinente - Comprendre le contexte de la destination - Définir en collaborant - Prendre de l'avance pour optimiser
Gérer	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre et définir le chemin logique du changement - Penser et travailler ensemble - Impliquer la communauté
Mesurer	<ul style="list-style-type: none"> - Construire une grille d'analyse spécifique à l'intention d'impact - Mobiliser les parties prenantes - Faire un suivi de l'événement - S'engager dans un suivi à long terme
Maximiser	<ul style="list-style-type: none"> - Communiquer l'impact au sein d'un rapport - Communiquer avec le « <i>storytelling</i> » - Améliorer la stratégie d'impact social - Partager ce qui a été appris

À ces 15 pratiques, s'ajoutent 6 facteurs de succès qui assurent la mise en place d'une stratégie d'impact permettant de générer des changements sur le long terme :

- Stratégie basée sur un changement à long terme dans la société
- Stratégie axée sur la communauté et l'innovation
- Création d'un « écosystème » centré sur la génération d'impact social
- Pérennisation des collaborations
- Une culture d'entreprise axée sur le développement durable
- Mobilisation des clusters économiques et de connaissances des destinations hôtes

ANNÈXE A

Figure A :



Adaptation de l'auteure à partir de #Meet4impact, 2019 ; Morton, 2015

ANNÈXE B

Liste des articles et livres sélectionnés

Nom de l'article (Auteur/Date)	Mots clés	Référence	Type de littérature
« Social impact assessment » (Getz, 2019)	Évaluation, impact social, événement.	Getz, D. (2019). « Social impact assessment ». Chapitre 4. Event evaluation and impact assessment: Five challenges. In A Research Agenda for Event Management. Edward Elgar Publishing.	Académique
« The power of Conferences: stories of serendipity, innovation and driving social change » (Edwards et al., 2017)	Conférence, impact, événement d'affaire, legs, innovation, changement social	Edwards, D., Foley, C., & Malone, C. (2017). The Power of Conferences: stories of serendipity, innovation and driving social change. UTS ePress.	Académique
« Social impacts of events and the role of anti-social behaviour » (Deery et al., 2010)	Impact social, événement	Deery, M., & Jago, L. (2010). Social impacts of events and the role of anti-social behaviour. International Journal of Event and Festival Management.	Académique
« Conferences: catalysts for thriving economies » (Du Cros et al., 2017)	Impact, conférence, innovation	Du Cros H., Foley, C., & Hergesell, A. (2017). « Conferences: catalysts for thriving economies ».	Académique
« A framework for assessing “tangible” and “intangible” impacts of events and conventions » (Dwyer et al., 2000)	Événement d'affaire, impact, valeur sociale, mesure	Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N., & Mules, T. (2000). A framework for assessing “tangible” and “intangible” impacts of events and conventions. Event Management,6(3), 175–189.	Académique
« A scoping study of business events: Beyond tourism benefits » (Foley et al., 2010)	Impact, legs, événement d'affaire, impact social, valeur sociale	Foley, C. T., Schlenker, K., Edwards, D. C., & Hayllar, B. R. (2010). A scoping study of business events: Beyond tourism benefits.	Académique
« Determining business event legacies beyond the tourism spend: An Australian case study approach » (Foley et al., 2013)	Legs, impact, événement d'affaire, valeur sociale	Foley, C., Schlenker, K., Edwards, D., & Lewis-Smith, L. (2013). Determining business event legacies beyond the tourism spend: An Australian case study approach. Event management, 17(3), 311-322.	Académique
« The impact of academic events : Cycles of credibility as an analytical framework » (Hansen, 2020)	Conférence, événement académique, impact, valeur sociale	Hansen, T.T. (2020). The impact of academic events : Cycles of credibility as an analytical framework. Thèse de doctorat. Aalborg university Denmark.	Académique
« Conferences and conventions: A research perspective » (Mair, 2013)	Conférence, événement d'affaire, impact sociale	Mair, J. (2013). Conferences and conventions: A research perspective. Routledge.	Académique
« Exploring the social impacts of events » (Richards et al., 2013)	Événement, impact sociale, changement	Richards, G., De Brito, M., & Wilks, L. (2013). Exploring the social impacts of events. Routledge.	Académique
« Event design: Social perspectives and practices » (Richards et al., 2014)	Événement, valeur sociale, impact social, stratégie	Richards, G., Marques, L., & Mein, K. (Eds.). (2014). Event design: Social perspectives and practices. Routledge.	Académique
« Conferences Driving Innovation, Knowledge and Investment » (Teulan, 2010)	Conference, impact social, innovation, connaissances, valeur sociale	Teulan, B., (2010). 'Conferences Driving Innovation, Knowledge and Investment'. Miles Clarke Business Events Communication Award Winner. Available at: http://www.businesseventscouncil.org.au/	Académique

Nom de l'article (Auteur/Date)	Mots clés	Référence	Type de littérature
« Incredible impacts : making a mark » (The Iceberg, 2018)	Legs, événements d'affaire, valeur sociale, destination hôte,	The iceberg (2018). « Incredible impacts : making a mark » . Récupéré sur https://www.the-iceberg.org/features/incredible-impacts-making-a-mark/	Professionnelle
« Incredible Impacts: The Beyond Tourism Impact of Meetings » (The Iceberg, 2017)	Réunion d'affaire, événement d'affaire, impact social, legs	The Iceberg (2017). « Incredible Impacts: The Beyond Tourism Impact of Meetings » . Récupéré sur https://www.the-iceberg.org/features/incredible-impacts-beyond-tourism-impact-meetings/	Professionnelle
« Legacy – a rewarding approach to marketing Congress Destinations! » (Fisher, 2018)	Événement d'affaire, congrès, legs, impact social	Fisher, J. (2018). « Legacy – a rewarding approach to marketing Congress Destinations! » . Récupéré sur https://www.tmf-dialogue.net/legacy-a-rewarding-approach-to-marketing-congress-destinations.html	Professionnelle
« Who Determines an Association's Legacy? » (Boardroom, n.d.)	Legs, événement d'affaire, association, valeur sociale	Boardroom (n.d.). « Who determines an Association's Legacy? » . Récupéré sur https://boardroom.global/who-determines-an-associations-legacy/	Professionnelle
« Three Legacy Opportunities for Associations » (Boardroom, n.d.)	Legs, impact social, association, événement d'affaire	Boardroom (n.d.). « Three Legacy Opportunities for Associations » . Récupéré sur https://boardroom.global/iapco-three-legacy-opportunities-for-associations/	Professionnelle
« A Toolkit for Medical Legacy » (Boardroom, n.d.)	Événement d'affaire, legs, impact social, outils stratégique	Boardroom (n.d.). « A Toolkit for Medical Legacy » . Récupéré sur https://boardroom.global/a-toolkit-for-medical-legacy/	Professionnelle
« A Political Perspective on the Legacy of Meetings » (Boardroom, n.d.)	Événement d'affaire, legs, impact social, fonds gouvernement, plaidoyer	Boardroom (n.d.). « A Political Perspective on the Legacy of Meetings » . Récupéré sur https://boardroom.global/aipc-a-political-perspective-on-the-legacy-of-meetings/	Professionnelle
« Steps for Business Events Success » (Boardroom, n.d.)	Événement d'affaire, impact social, outils stratégique, legs	Boardroom (n.d.). « Steps for Business Events Success » . Récupéré sur https://boardroom.global/steps-for-business-events-success/	Professionnelle

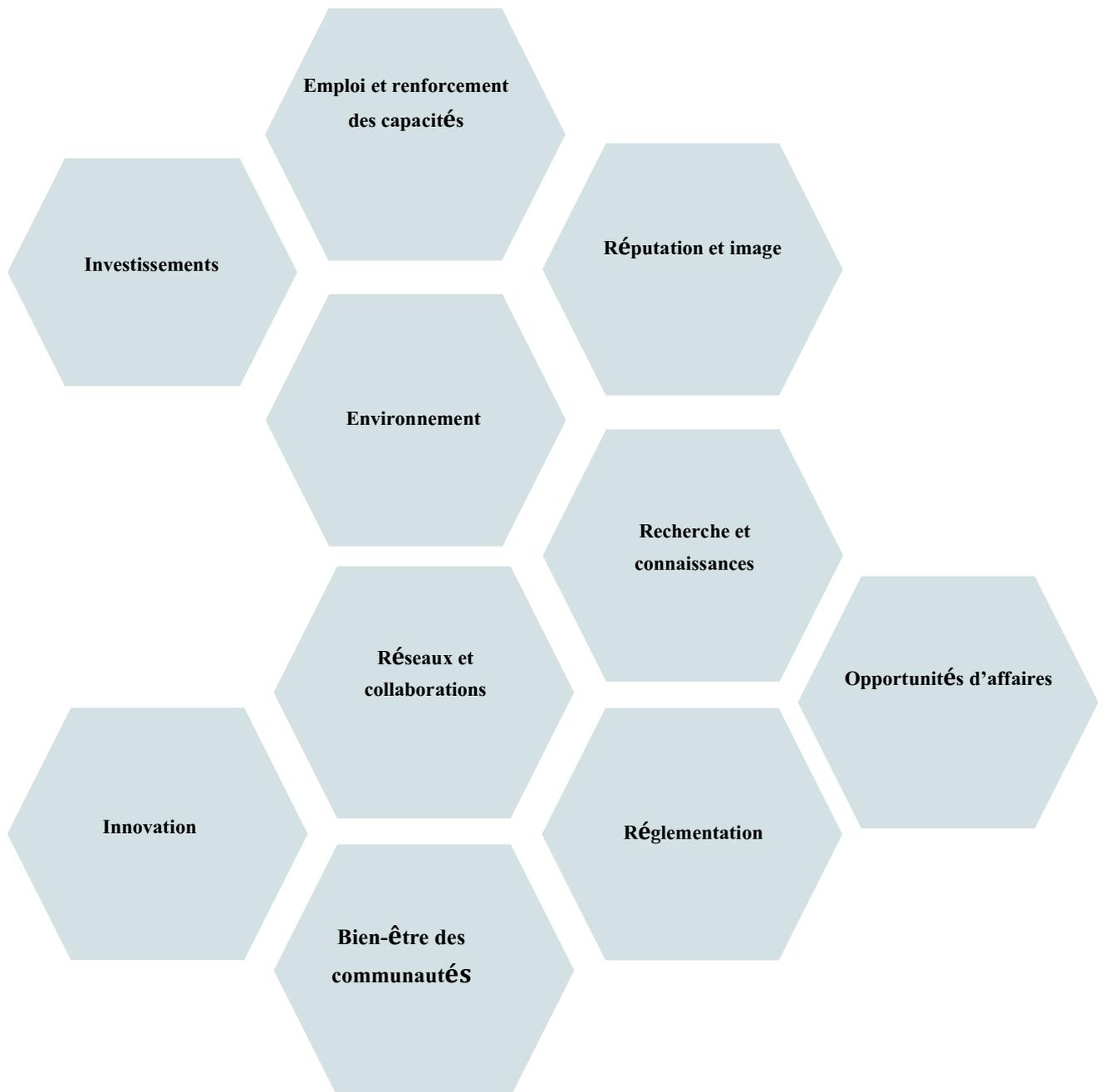
ANNÈXE C

Tableau récapitulatif des études de cas sélectionnées.

Nom de l'événement - Date	Ville/Pays
The XV International AIDS Conference - 2004	Bangkok (Thaïlande)
The 29th World Congress of the International Association for Suicide Prevention (WCIASP) in conjunction with the 21st Malaysian Conference of Psychological Medicine (MCPM) – 2017	Kuching (Sarawak - Malaisie)
5th World Parkinson Congress (WPC) – 2019	Kyoto (Japon)
QualityOFLIFE4OI – 2019	Amsterdam (Pays-Bas)
One Young World – 2017	Bogota (Colombie)
Woman deliver – 2019	Vancouver (Canada)
Diabetes UK Professional Conference – 2012	Glasgow (Écosse)
The International Society for the Prevention of Child Abuse and Neglect II - 2018	Jamaïque (Caraïbes)
World Congress in Paediatric Cardiology and Cardiac Surgery	Le Cap (Afrique du sud)
Ecocity World Summit - 2017	Melbourne (Australie)

ANNÈXE D

Zones d'impact identifiées par #Meet4Impact :



Source : #Meet4Impact 2019

RÉFÉRENCES

- Avance, Social Enterprise NL and impact Centre Erasmus (n.d.). « The impact path. An entrepreneur's guide to growth in social impact measurement ». Récupéré sur https://impactpad.nl/wp-content/uploads/Social_impact_measurement_The_Impactpath.pdf.
- Brendendieck, H. (1962). The legacy of the Bauhaus. *Art Journal*, 22(1), 15-21.
- Business Event Sawarak (2020). « Sarawak battles rise of mental illnesses as first Asian destination for WCIAP and MCPM 2017 ». Case studies. Récupéré sur <http://businesseventssarawak.com/sarawak-destination/case-studies/>
- Carlsen, J., Getz, D., & Soutar, G. (2001). Event evaluation research. *Event Management*, 6(4), 247–257.
- Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of sport & tourism*, 11(2), 109-127.
- Chalip, L. (2014). From legacy to leverage. In *Leveraging legacies from sports mega-events: Concepts and cases* (pp. 2-12). Palgrave Pivot, London.
- ChristchurchNZ (2020). « Christchurch hosts successful STESSA'18 Conference ». Récupéré sur <https://www.christchurchnz.com/meet/how-we-can-help/case-studies/stessa-conference-2018>
- Christofle, S., & Massiera, B. (2009). Événementiel, congrès internationaux et stratégies métropolitaines: un essai de caractérisation France-Canada. *Coprésence à l'œuvre, destinations et territoires*.
- Clarimont, S., & Leichnig, K. (2014). Portée et postérité d'un événement touristique. L'Exposition internationale de Saragosse 2008, sept ans après. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 33(33, 2). Récupéré sur <https://journals.openedition.org/teoros/2705>.
- CNRTL (2012). « Impact ». Récupéré sur <https://www.cnrtl.fr/etymologie/impact>.
- CSESS, (2011). « Rapport de synthèse sur la mesure de l'impact social ». Récupéré sur <https://www.avise.org/ressources/rapport-de-synthese-sur-la-mesure-dimpact-social-du-csess>.
- Davis, J., & Thornley, A. (2010). Urban regeneration for the London 2012 Olympics: Issues of land acquisition and legacy. *City, Culture and Society*, 1(2), 89-98.
- Deery, M., & Jago, L. (2010). Social impacts of events and the role of anti-social behaviour. *International Journal of Event and Festival Management*.
- Dicolatin, (n.d.). « Legatus ». [en ligne]. Récupéré sur <http://www.dicolatin.com/XY/LAK/0/LEGATUS/index.htm>.
- Diversity in STEAM Magazine (n.d.). « The University Of Hawai'i Partners With SACNAS Conference To Help Achieve True Diversity In STEM ». Récupéré sur <https://diversityinstead.com/2019/06/university-hawaii-partners-sacnas-conference-help-achieve-true-diversity-stem/>
- Du Cros, H., Foley, C., & Hergesell, A. (2017). « Conferences: catalysts for thriving economies ». Récupéré sur https://www.researchgate.net/profile/Hilary_Du_Cros/publication/318108315_Conferences_Catalysts_for_Thriving_Economies/links/5959e7b9a6fdcc2beca954ca/Conferences-Catalysts-for-Thriving-Economies.pdf.
- Dundee & Angus convention bureau (2017). « Promoting Inclusion Transforming lives International Conference 2017 ». Case studies. Récupéré sur <https://www.conventiondundeeandangus.co.uk/organising/case-studies/promoting-inclusion-transforming-lives-international-conference-2017>
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N., & Mules, T. (2000). A framework for assessing “tangible” and “intangible” impacts of events and conventions. *Event Management*, 6(3), 175–189.

Edwards, D. C., Foley, C. T., & Schlenker, K. (2011). Beyond tourism benefits: Measuring the social legacies of business events. Récupéré sur <http://www.businesseventssydney.com.au/fms/About%20us/Publications%20and%20resources/>

Edwards, D., Foley, C., & Malone, C. (2017). The Power of Conferences: stories of serendipity, innovation and driving social change. UTS ePress. Récupéré sur <https://opus.lib.uts.edu.au/handle/10453/120508>.

Elo, L. (2016). « From event planning to legacy planning ». Récupéré sur https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/118895/ELO_LAURI.pdf;jsessionid=7792554D400C50F7DA9B1EFF8D3E81EC?sequence=1

Foley, C. T., Schlenker, K., Edwards, D. C., & Hayllar, B. R. (2010). A scoping study of business events: Beyond tourism benefits.

Foley, C., Schlenker, K., Edwards, D., & Lewis-Smith, L. (2013). Determining business event legacies beyond the tourism spend: An Australian case study approach. *Event management*, 17(3), 311-322.

Gash, N. (1978). After Waterloo: British society and the legacy of the Napoleonic Wars. *Transactions of the Royal Historical Society*, 28, 145-157.

Getz, D. (2019). Event evaluation and impact assessment: Five challenges. In *A Research Agenda for Event Management*. Edward Elgar Publishing.

Glasgow Convention bureau (2020). « Public engagement ». Récupéré sur <https://glasgowconventionbureau.com/plan-your-meeting/leave-a-lasting-legacy/public-engagement/>

Gold, J. R., & Gold, M. M. (2009). Riding the Mexican wave? Deciphering the meaning of Olympic legacy. *The Olympic Legacy. People, Place, Enterprise. Proceedings of the first annual conference on Olympic Legacy (Vol. 8, pp. 9-20)*.

Gravari-Barbas, M., & Jacquot, S. (2007). L'événement, outil de légitimation de projets urbains: l'instrumentalisation des espaces et des temporalités événementiels à Lille et Gênes. *Géocarrefour*, 82(3). Récupéré sur <https://journals.openedition.org/geocarrefour/2217>.

Gravari-Barbas, M., & Veschambre, V. (2005). S'inscrire dans le temps et s'appropriier l'espace : enjeux de pérennisation d'un événement éphémère. In *Annales de géographie (No. 3, pp. 285-306)*. Armand Colin. Récupéré sur <https://www.cairn.info/revue-annales-de-geographie-2005-3-page-285.htm>.

Guala, C. (2009). To bid or not to bid: public opinion before and after the Games. The case of the Turin 2006 Olympic Winter Games. *The Olympic Legacy. People, Place, Enterprise. Proceedings of the first annual conference on Olympic Legacy (Vol. 8, pp. 21-30)*.

Hansen, T.T. (2020). The impact of academic events : Cycles of credibility as an analytical framework. Thèse de doctorat. Aalborg university Denmark.

Hawaii Convention Center (2019). « HCC to Host 2019 SACNAS-The National Diversity in STEM Conference ». Récupéré sur <https://www.meethawaii.com/articles/post/hcc-to-host-2019-sacnas-the-national-diversity-in-stem-conference/>

IAS, International AIDS society (2004). « Report on the XV International AIDS Conference ». Récupéré sur <https://www.iasociety.org/Web/WebContent/File/Old/PDF/BangkokReport.pdf>

IAS, International Aids Society (2004). « Report on the XV International Aids Conference ». Récupéré sur <https://www.iasociety.org/Web/WebContent/File/Old/PDF/BangkokReport.pdf>

La langue française (2020). « héritage ». Récupéré sur <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition-heritage/>.

Le Larousse (n.d.). « impact ». Récupéré sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/impact/41780>

Leopkey, B. & Parent, M.M. (2012). « Olympic Games Legacy: From General Benefits to sustainable long term legacy ». The international journal of the history of sport, 29(6), 924-943. Récupéré sur https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09523367.2011.623006?casa_token=9bJEPOEsK8QAAAAA%3AUNrfeq1XXICS84LEtq9GAFIZtz638WxVQuJIS0U4gLLzO-ilgVaLQPLD9TS4pv52yMHvEHGkjDyyFg.

Liao, H., & Pitts, A. (2006). A brief historical review of Olympic urbanization. The International Journal of the History of Sport, 23(7), 1232-1252.

Linguee, (n.d.). « legacy ». Récupéré sur <https://www.linguee.fr/anglais-francais/traduction/legacy.html>

Littré (a), (n.d.). « legs ». Récupéré sur <https://www.littre.org/definition/legs>.

Littré (b), (n.d.). « héritage ». Récupéré sur <https://www.littre.org/definition/heritage>

Mair, J. (2013). Conferences and conventions: A research perspective. Routledge.

MeetDenmark (2019). Outreach and Legacy report. Récupéré sur <https://www.wonderfulcopenhagen.com/api/drupal/sites/wonderfulcopenhagen.com/files/2019-11/Outreach%20rapport%20-%20MeetDenmark.pdf>.

Melbourne Convention Bureau (n.d.). « Case study Ecocity World Summit Melbourne Australia ». Récupéré sur https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/v1/clients/melbourne/Ecocity_Case_Study_Flyer_Final_v2_5a473093-7829-4e4b-9cdc-da12b0a4fb89.pdf

Mendelsohn, M., & Ghali, R. (2019). « Modèles de mesure des impacts: Guide des méthodes de mesure des impacts ». Récupéré sur https://www.canada.ca/fr/centre-innovation/services/rapports-ressources/rapport-annuel-2018-2019.html#inline_content

Merriam-Webster [en ligne] (2020). « legacy ». Récupéré sur <https://www.merriam-webster.com/dictionary/legacy>.

Miller, J. (2017). « Promoting a more inclusive society ». The Courier.co.uk. Récupéré sur <https://www.thecourier.co.uk/fp/lifestyle/design/442084/promoting-inclusive-society/>

One Young World (2017A). « Annual impact report ». Récupéré sur <https://www.oneyoungworld.com/sites/default/files/2020-01/Impact-Report-2017.pdf>

One Young World (2017B). « One Young World 2017 Bogotá Summit highlight ». Récupéré sur https://www.oneyoungworld.com/sites/default/files/OYW2017_SummitHighlightsReport_LR.pdf

One Young World (2018). « One Young World Annual report 2018 ». Récupéré sur https://www.oneyoungworld.com/sites/default/files/2019-12/OYW_Report_2018.pdf

PAHO, Pan American Health Organization (n.d.). « PAHO co-sponsored the International Society of Child Abuse and Neglect (ISPCAN) II Caribbean Regional Conference Jamaica ». Récupéré sur https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=14955:paho-co-sponsored-the-international-society-of-child-abuse-and-neglect-ispcan-ii-caribbean-regional-conference-jamaica&Itemid=42281&lang=en

Piquerey, Lise, 2017, « Tournois de polo sur neige dans les stations de sports d'hiver haut de gamme : Saint-Moritz, Courchevel, Megève et Val d'Isère ». Dans Jean Piriou et al. (dir.), Tourisme et événementiel. Enjeux Territoriaux et stratégies d'acteurs : 25-29. Québec, Presses de l'Université du Québec.

Piriou, Jean, Ananian, P., & Clergeau, C. (2017). Tourisme et événementiel. Enjeux Territoriaux et stratégies d'acteurs. Montréal, Presses de l'Université du Québec.

Preuss, H. (2006). « Lasting effects of major sporting events ». Institute of Sport Science. Récupéré sur <https://idrottsforum.org/articles/preuss/preuss061213.pdf>

- Preuss, H. (2015). « A framework for identifying the legacies of a mega sport event ». *Leisure studies*, 34(6), 643-664. Récupéré sur <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/02614367.2014.994552>
- Preuss, H. (2019). « Event legacy framework and measurement ». *International Journal of Sport Policy and Politics*, 11(1), 103-118. Récupéré sur <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19406940.2018.1490336>
- Preuss, H. & Gratton, C. (2008). « Maximizing Olympic impacts by building up legacies ». *The international journal of the history of sport*, 25(14), 1922-1938. Récupéré sur <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09523360802439023>
- Posabilitymagazine (2017). « Promoting Inclusion Transforming Lives International Conference ». Récupérer sur <https://posabilitymagazine.co.uk/promoting-inclusion-transforming-lives-international-conference/>
- Purhar, S. (2018). « Vancouver community engagement at its best with the international ornithology congress ». The Metro Vancouver Convention and Visitors Bureau. Récupéré sur <https://www.tourismvancouver.com/meetings/articles/post/vancouver-community-engagement-ornithology-congress/>
- Québec City Tourism (2020). « Event industry partners give back to their community ». Récupéré sur https://meetings.quebec-cite.com/en/event-industry-partners-give-back-community?fbclid=IwAR1dcM1UJ_7is4tOy5GUqDc5X0uZeMOr0sp1Oqc3L-H3aZkbvYpnpKT3Bo
- Richards, G., De Brito, M., & Wilks, L. (2013). *Exploring the social impacts of events*. Routledge.
- Richards, G., Marques, L., & Mein, K. (Eds.). (2014). *Event design: Social perspectives and practices*. Routledge.
- SACNAS (2020). « The National Diversity in STEM Conference. Success report + highlights ». Récupéré sur <https://www.2020sacnas.org/wp-content/uploads/2020/04/2019SACNASpostconferenceWebFinal.pdf>
- SCNZ (n.d.). « The 9th International Conference on Behaviour of Steel Structure in Seismic Areas ». Récupéré sur <https://www.scnz.org/site/scnz/images/Documents/STESSA/STESSA%20%2718%20Brochure.pdf>
- Sibieude, T. & Claverie, C. (2011). « La mesure de l'impact social : après le temps des discours, voici venu le temps de l'action ». Récupéré sur <https://www.avise.org/ressources/rapport-de-synthese-sur-la-mesure-dimpact-social-du-csess>
- Teulan, B., (2010). 'Conferences Driving Innovation, Knowledge and Investment'. Miles Clarke Business Events Communication Award Winner.
- The Iceberg (2019). « South African Legacies: Business Events and WCPCCS ». Récupéré de <https://www.the-iceberg.org/features/south-african-legacies-business-events-and-wcpccs/>
- The Iceberg (2020A). « Fortnightly Roundup ». Récupéré sur <https://www.the-iceberg.org/newsletter/business-events-world-issue-77/>
- The Iceberg (2020B). « Three incredible impacts: a trilogy of legacy ». Récupéré sur <https://www.the-iceberg.org/features/three-incredible-impacts-a-trilogy-of-legacy/>
- The Hague Convention Bureau (2017). « Organizing an event with impact: 5 practical ideas on how to maximize the assets of your event's destination ». Récupéré sur <https://conventionbureau.thehague.com/impact/>
- Kerr, J. (2018). « Cheep thrills : Birds brain flock to Vancouver for international wingding ». *Vancouver courier*. Récupéré sur <https://www.empireadvance.ca/regional-news/cheep-thrills-bird-brains-flock-to-vancouver-for-international-wingding-1.23339646>

VisiteDenmark (2019). « Different perceptions of goals stand in the way of greater meeting legacies ». Récupéré sur <https://www.wonderfulcopenhagen.com/convention-bureau/association-congresses/press-release-different-perceptions-goals-stand-way-greater-meeting-legacies>

Woman Deliver (2019). « Woman Deliver 2019 Conference report ». Récupéré sur <http://womendeliver.org/wp-content/uploads/2019/12/WD2019-Conference-Report.pdf>

World Parkinson Coalition (2019). « WPC 2019 Final Report ». Récupéré sur https://cdn.ymaws.com/www.worldpdcoalition.org/resource/resmgr/files/wpc_2019_final_report.pdf