**Conclusion :**

Les entreprises veulent ainsi dépasser leur mission économique et prouver qu’elles sont aussi animateurs culturels, sportif, humanitaires, pour cela, elles organisent des évènements pour être en contact direct, à un moment donné, avec son public large dans un cadre inhabituel hors média.

Organiser un évènement n’est pas une tâche facile, cela demande de l’expérience et des connaissances spécifiques . l’organisation débute bien avant le jour de l’évènement et c’est l’étape la plus difficile et longue qui demande un travail planifié pour établir un plan d’action bien détaillé .

Une bonne planification ne signifie pas, nécessairement ,la réussite totale de l’évènement ; il reste toujours à assurer son bon déroulement et de rester alerte jusqu’à la dernière minute, car les choses peuvent déraper.

La fin de l’évènement c’est pas la fin de management évènementiel, le travail se poursuit par une véritable évaluation pour mesurer le succès de l’évènement et tirer des enseignements concernant les retombées médiatiques et l’audience directe et indirecte. Toutes ces informations, que se soit négatives ou positives, seront très utiles pour l’amélioration de prochain évènement.