

LIONEL MALARD
EXPERT CONSULTANT

EN LIEN DEPUIS PLUS DE 30 ANS
AVEC LA FILIÈRE
EVENTS & MEETINGS

*CONNECTED TO THE EVENTS &
MEETINGS INDUSTRY
FOR OVER 30 YEARS*



Décembre 2005 à aujourd'hui | *December 2005 - Present*

Fondateur, Consultant expert – Arthémuse
Founder, Expert Consultant expert

Cabinet conseil | Accompagnement stratégique
et opérationnel d'entreprises et de collectivités

Un seul marché cible : le secteur Events & Meetings

*Consulting Boutique | Strategic and Operational Support
For Event Businesses and Local Authorities*

A single Target Market : the Events & Meetings Industry

55 ans | *years old*
Marié | *Married*
Père de 3 enfants
Father of Three
(27, 25 and 23)

2000 à 2005 | *2000 - 2005*

Directeur général délégué – L'Événementiel,
groupe Havas (ex Bolloré Médias, actuellement Republik Group)

Deputy Managing Director – L'Événementiel,
Havas Group (formerly Bolloré Médias, actuellement, now Republik Group)

Groupe de presse leader, spécialisé dans la communication événementielle et le tourisme d'affaires (1 mensuel, 1 trimestriel, 1 newsletter bimensuelle, 2 guides annuels)

Missions

- Management général, gestion administrative et financière, représentation, reporting groupe
- Marketing éditorial
- Élaboration de la stratégie de développement (commercial, communication, partenariats...)
- Conception et suivi de la politique de diffusion et de promotion
- _ Développement : élaboration d'une stratégie web, recherche et étude d'opportunités de croissance externe et organique...

Leading Press Group Specializing in Event Communication and Business Tourism (1 monthly magazine, 1 quarterly publication, 1 bi-monthly newsletter, 2 annual guides)

Missions:

- *General Management, Administrative & Financial Oversight, Representation, and Group Reporting*
- *Editorial Marketing*
- *Development Strategy (Sales, Communication, Partnerships, etc.)*
- *Design and Execution of Distribution & Promotion Strategy*
- *Development: Designing a web strategy, identifying and analyzing opportunities for external and organic growth...*

- Mise en place d'un bureau en Belgique et en Suisse

Résultats

- Rentabilité retrouvée : EBE = - 760 k€ en 2000, +200 k€ en 2005
- Développement du CA : 1,4 M€ en 2000, 2,2 en 2005
- Des publications qui ont conforté leur position de leader sur leur marché

1993 à 2000

Journaliste indépendant

- _ Spécialisé dans la communication des organisations, l'économie du sport et de la culture, ainsi que l'événementiel
- _ Reportages et articles pour l'ensemble de la presse économique et

- *Establishment of Offices in Belgium and Switzerland*

Results:

- *Restored Profitability: EBITDA from -€760K in 2000 to +€200K in 2005*
- *Revenue Growth: From €1.4M in 2000 to €2.2M in 2005*
- *Publications Strengthened Their Market Leadership*

1993 – 2000

Independent Journalist

- *Specialized in organizational communication, the economics of sports and culture, and the events industry.*
- *Reports and articles for various*

communication

_ Début à Europe 1, service Informations générales puis Culture
Lionel Malard a acquis, grâce au **journalisme**, le sens de la curiosité, l'esprit d'analyse et la capacité de synthèse. Le **management** d'une entreprise de 20 personnes lui a apporté le sens des responsabilités, la pratique quotidienne du management, l'exigence du reporting et l'importance de la gestion de projet, budgétaire et financière. Et le travail en cabinet de **consulting** l'a formé aux méthodologies.

economic and communication press outlets.

– Began at Europe 1, covering General News and later Culture.

Through journalism, Lionel Malard developed curiosity, analytical thinking, and synthesis skills.

Managing a 20-person company instilled a strong sense of responsibility, hands-on management experience, rigorous reporting discipline, and expertise in project, budget, and financial management. Additionally, working in a consulting firm provided structured methodologies and strategic frameworks.

Formation | *Education*

1991-1992

ESCP Business School – Master of Science (MSc), spécialisation Médias

ESCP Business School – Master of Science (MSc), Specialization in Media

1987-1991

ISC Paris Business School – Option Entrepreneur | *Entrepreneurship Track*

Diplôme Bac+5, visé par le ministère de l'Éducation nationale et de l'Enseignement supérieur

Master's Degree (Bac+5), Recognized by the French Ministry of National Education and Higher Education

1. Stratégie et management de projet

- État des lieux, définition des objectifs, plan de projet, assignation des tâches et des responsabilités
- Gestion d'équipes et de budgets, communication aux parties prenantes, formalisation et suivi des indicateurs de performance

=> Une expérience de la création de valeur

1. Strategy & Project Management

- *Assessment, goal definition, project planning, task and responsibility allocation.*
- *Team and budget management, stakeholder communication, performance indicator tracking.*

=> A proven track record in value creation.

2. Développement stratégique et business

- Détermination, planification et exécution d'initiatives qui permettent de réaliser ses objectifs à long terme et de maintenir sa position concurrentielle sur le marché
- Planification stratégique, selon les ressources internes et l'environnement externe, dont la concurrence
- Gestion de portefeuille de produits/services ; gestion des relations avec les parties prenantes

=> Une recherche de solutions gagnantes

2. Strategic & Business Development

- *Identifying, planning, and executing initiatives to achieve long-term objectives and maintain competitive positioning.*
- *Strategic planning based on internal resources and external market conditions, including competition analysis.*
- *Product/service portfolio management and stakeholder relationship management.*

=> A focus on win-win solutions.

3. Stratégie d'influence et de contenus

- Maximisation de la visibilité, de la réputation, de l'impact et de la légitimité
- Élaboration de stratégies éditoriales
- Création et diffusion de contenus alignés avec la stratégie et à haute valeur ajoutée pour les parties prenantes

=> Une maîtrise des récits intéressants

3. Influence & Content Strategy

- *Maximizing visibility, reputation, impact, and legitimacy.*
- *Developing editorial strategies.*
- *Creating and distributing high-value content aligned with overall strategy.*

=> *Mastering compelling narratives.*

4. Veille économique et business intelligence

- _ Collecte, analyse et visualisation d'information sur l'environnement interne, externe et économique de l'entreprise, pour éclairer les décisions stratégiques
- _ Repérage des tendances et des opportunités, détection des risques et des menaces, identification des nouveaux modèles

=> Une compréhension approfondie des enjeux

Lionel Malard a travaillé l'ensemble de ces 4 compétences clés lors d'un parcours professionnel dédié **exclusivement** à la filière événementielle

4. Economic Monitoring & Business Intelligence

- *Gathering, analyzing, and visualizing data on internal and external business environments to support strategic decision-making.*
- *Identifying trends and opportunities, detecting risks and threats, and spotting emerging business models.*

=> A deep understanding of industry challenges.

Lionel Malard has honed these four key skills throughout a career dedicated exclusively to the Events & Meetings industry.

TWO KEY INSPIRATIONS & DRIVERS

1. La stratégie « Océan Bleu »

- _ S'atteler à toujours rechercher de nouveaux espaces stratégiques et de nouveaux marchés, se concentrer sur la valeur pour les clients
- _ Innover, souvent de manière non-disruptive
- _ Aligner l'exécution avec la stratégie

=> Chercher le « pas de côté » et accompagner les transitions

1. The «Blue Ocean Strategy»

- *Continuously seek new strategic spaces and untapped markets, focusing on value creation for clients.*
- *Innovate, often in a non-disruptive way.*
- *Align execution with strategy to ensure consistency and impact.*

=> Embracing the «sidestep» approach and supporting business transitions.

TWO KEY INSPIRATIONS & DRIVERS

2. La théorie des « Signaux Faibles »

- _ Surveiller et analyser les signaux ou les indices précurseurs de changements significatifs dans l'environnement externe d'une entreprise, qui précèdent les tendances
- _ Imaginer de nouveaux produits/services et élaborer des mesures proactives pour s'adapter

=> Rester en éveil des petits mouvements et travailler l'adaptation

2. The «Weak Signals Theory»

- *Monitor and analyze early indicators of significant changes in the external environment that precede major trends.*
- *Anticipate and develop new products/services while implementing proactive strategies to adapt.*

=> Staying alert to subtle shifts and fostering adaptability.