



l'association des agences de communication événementielle



PARLER
D'UNE VOIX UNIQUE
ET FORTE

AFFIRMER
LA VALEUR
AJOUTÉE DE
NOS MÉTIERS

VALORISER
LE SAVOIR-FAIRE FRANÇAIS.

DÉFENDRE
NOS INTÉRÊTS COMMUNS

MUTUALISER
NOS RESSOURCES

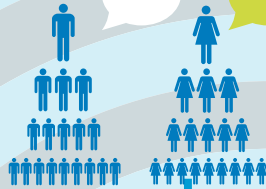
PORTER
L'INNOVATION
ÉVÉNEMENTIELLE

FAVORISER
LES RENCONTRES

DÉVELOPPER
UN RÉFÉRENTIEL
POUR MESURER
L'EFFICACITÉ DES
OPÉRATIONS

NOUER UN CONTACT
PLUS FORT AVEC LES CLIENTS DES AGENCES

FÉDÉRER
DES AGENCES DYNAMIQUES
DES PRESTATAIRES DE TALENT





Notre secteur d'activité poursuit sa profonde transformation.

D'un côté, les attentes des annonceurs s'orientent vers des offres plus globales et des stratégies de communication et de moyens dans lesquelles s'engouffrent de nouveaux profils d'agences (publicité, communication digitale, marketing relationnel, RP,....) et de l'autre, ils cherchent à désintermédier l'achat de certaines prestations unitaires pour en optimiser les coûts.

Dans ce contexte, souvent complexe, LÉVÈNEMENT, l'UNIQUE association française des agences de communication événementielle, démontre plus que jamais la valeur ajoutée de sa mission de faire progresser le dialogue et les bonnes pratiques entre les parties prenantes, d'accompagner ses agences membres dans leurs réflexions sur leurs positionnements, leurs offres et de promouvoir la filière et ses acteurs.

Dans cet esprit, LÉVÈNEMENT ré-affirme la place qu'elle entend marquer dans le secteur de la communication en poursuivant sa mobilisation et son action en faveur de la reconnaissance et la valorisation du métier, en faisant avancer des chantiers essentiels :

- La reconnaissance de **la place de la communication événementielle** dans la stratégie des marques et des institutions.
- L'optimisation de la **relation annonceur-agence** à travers la rédaction d'un guide pratique, **LESSENTIEL**, la démarche La Belle Compétition (charte des appels d'offres), partagée avec les autres associations professionnelles de la communication ET la valorisation de la rémunération agence (s'agissant particulièrement de la création).
- La définition et la mise en place d'un référentiel pour mesurer l'efficacité des opérations événementielles.
- La prise en compte par les pouvoirs publics des spécificités de l'événementiel sur le champ du social, avec des sujets tels que le statut des intermittents et la mise en place d'un CDD d'usage.

LÉVÈNEMENT offre donc une formidable opportunité à ses adhérents de faire entendre d'UNE SEULE VOIX la valeur de nos métiers, la force de notre créativité et l'importance de nos savoir-faire. Célébrant sa création, LÉVÈNEMENT est reconnue comme l'Association de référence de la communication événementielle et souhaite, plus que jamais, s'ouvrir à des agences riches de leurs diversités et valoriser leur large spectre d'expériences.

Rejoindre LÉVÈNEMENT, c'est, pour votre agence, la possibilité de faire partie d'un réseau d'agences légitime, reconnu et engagé et de prendre une part active et visible à la construction de l'avenir de nos métiers.

Ce document vous permet, en 4 points clés, de mieux connaître notre Association et d'avoir une vue d'ensemble sur les principaux avantages que procure une adhésion.

Bertrand Biard
Président de LÉVÈNEMENT

levenement.org

@LEVENEMENTAsso

EDITO





1
LÉVÈNEMENT
C'EST QUOI ?

2
LÉVÈNEMENT
POUR QUI ?

3
LÉVÈNEMENT
POUR QUOI ?

4
LÉVÈNEMENT
COMMENT ?

04/14

1 LÉVÈNEMENT C'EST QUOI ?

UNE ASSOCIATION LOI 1901
À BUT NON LUCRATIF, REPRÉSENTATIVE
DES AGENCES DE COMMUNICATION
QUI CRÉENT L'ÉVÈNEMENT

L'ORGANISME PRO-ACTIF QUI RÉUNIT

Agences, annonceurs et prestataires* autour de problématiques communes et des métiers.

*(Au travers du Club des Partenaires de L'ÉVÈNEMENT)

LE RASSEMBLEMENT D'ACTEURS REPRESENTATIFS DE LA FILIERE QUI ŒUVRENT POUR :

1 PROPOSER DES OUTILS CONCRETS
POUR UN MEILLEUR ACCOMPAGNEMENT
DES ANNONCEURS (1 GUIDE PRATIQUE : **LESSENTIEL**,
POUR UNE RELATION AGENCES - ANNONCEURS A FORTE
VALEUR AJOUTÉE

2 PORTER LA VOIX DE LA BRANCHE
AUPRÈS DES INSTANCES PUBLIQUES
ET PROFESSIONNELLES

3 METTRE EN OEUVRE DES ACTIONS
PÉDAGOGIQUES À TRAVERS L'INSTITUT
DE L'ÉVÈNEMENT ET ACCOMPAGNER LÉCOLE-
THE EVENT THINKING SCHOOL, ENTIÈREMENT
DÉDIÉE À LA FILIÈRE ÉVÈNEMENTIELLE
(lecole.school)



06/14

4 OBSERVER, ANALYSER
ET ANTICIPER LES TENDANCES

LE CONTRIBUTEUR ET SOUTIEN DE NOMBREUX ÉVÈNEMENTS DE LA PROFESSION

Le SYT-See You There (le congrès annuel des métiers de l'évènement), Voyage d'étude pour les dirigeants des agences, ateliers thématiques mensuels, afterworks, débats, forums sur des salons professionnels et trophées français et internationaux.

member of:
livecom
alliance.eu

2 LÉVÈNEMENT POUR QUI ?

VOTRE AGENCE CONSEILLE, CONÇOIT,
ORGANISE ET MET EN OEUVRE DES
ACTIONS DE COMMUNICATION QUI
CRÉENT L'ÉVÈNEMENT ?*



VOTRE AGENCE EST UNE STRUCTURE
À TAILLE HUMAINE ?

VOUS VOUS FAITES RÉGULIÈREMENT
UNE OU PLUSIEURS DE CES RÉFLEXIONS ?

RENCONTRER MES CONFRÈRES, ÉCHANGER,
PARTAGER MON EXPÉRIENCE EST ESSENTIEL À
L'ÉVOLUTION DE MON BUSINESS

*"DIFFICILE DE FAIRE RECONNAÎTRE ET VALORISER
MON EXPERTISE AUPRÈS DE MES CLIENTS, QUAND
ON EST SEUL(E) À L'EXPLIQUER"*

*"SI SEULEMENT JE POUVAIS M'APPUYER
SUR LA PUISSANCE D'UN RÉSEAU POUR COMMUNIQUER
ET INFORMER DE FAÇON EFFICACE"*

08/14

*"COMMENT M'Y RETROUVER DANS LES MÉANDRES
JURIDIQUES DE CETTE PROFESSION?"*

"J'AIMERAIS NÉGOCIER DES AVANTAGES"

...

* Dispositif de communication par l'événement, Activation et promotion de marque, Marketing expérientiel, Convention, Congrès, Symposium, Événement Grand public ou corporate, Assemblée générale, Séminaire, Réunion, Soirée, Challenge sportif, Marketing sportif et culturel, Campagne de stimulation, Roadshow, Lancement de produits, Relations presse et Relations publics, Marketing opérationnel, Production audiovisuelle ou Multimedia, Communication par le voyage, Incentive.

3

LÉVÉNEMENT POUR QUOI ?

POUR ÉCHANGER
AVEC LA PROFESSION
À L'OCCASION DE
DIVERSES RENCONTRES

1

FAIRE PARTIE D'UN RÉSEAU

RÉUNIONS MENSUELLES
ATELIERS THÉMATIQUES AVEC
L'INTERVENTION D'EXPERTS
sur des sujets directement connectés
à notre métier et /ou à son environnement

Voyage d'étude 1 fois par an

- Le **SYT**-See You There
(le congrès annuel des métiers de l'événement)

10/14

2

LES AGENCES
DE L'ÉVÉNEMENT
BÉNÉFICIENT :

RENFORCER SA VISIBILITÉ

- D'une exposition dans
le Guide de la communication
événementielle diffusé à 5000
exemplaires dont 3000 sur
1 fichier d'annonceurs
(outil qui bénéficie également
d'un déploiement digital)
- D'une présence sur le site portail
(www.levenement.org)
grâce à un référencement dynamique
- D'une valorisation régulière sur les
réseaux (en leur donnant la parole)

3

LÉVÈNEMENT POUR QUOI ?

ÊTRE ACCOMPAGNÉ SUR UN PLAN JURIDIQUE ET ADMINISTRATIF

3

- Grâce aux mailings* d'information et aux notes* techniques rédigés notamment avec l'appui d'UNIMEV (à laquelle L'ÉVÉNEMENT adhère).

*Assurances, droits d'auteurs, sécurité...

- Grâce à un service juridique gratuit et dédié

4

NOTAMMENT EN
TERME D'ASSURANCES
AVEC VERSPIEREN*

BÉNÉFICIER D'AVANTAGES TARIFAIRES

...EN PROFITANT DE NOMBREUX
AVANTAGES EXCLUSIFS CONSENTIS PAR
LES PARTENAIRES DE L'ASSOCIATION.

- Guides et supports de la presse spécialisée
- Modules de formation continue de l'Institut de L'Événement

(*En matière de RC Pro et de Responsabilité des dirigeants. L'agence adhérente doit y souscrire si elle souhaite profiter des conditions négociées.)

12/14

4 LÉVÉNEMENT COMMENT ?





POUR ADHÉRER L'AGENCE DOIT :

- 1 Justifier d'exercer comme activité principale le conseil en communication événementielle (minimum 2/3 de l'activité de l'agence).
- 2 Démontrer une réelle expertise et présenter des références concrètes dans la conception et la mise en œuvre d'événements.
- 3 Avoir réalisé un chiffre d'affaires égal ou supérieur à 800 000 € au cours du dernier exercice clôturé.
L'examen des éléments financiers par le cabinet comptable de LÉVÈNEMENT doit faire apparaître des indicateurs économiques cohérents (marge, valeur ajoutée,...).
- 4 Être parrainée par deux agences membres de l'Association.
*Des parrains peuvent être proposés aux agences qui n'auraient pas de contacts ;
Ceux-ci seront amenés à échanger avec les candidats afin de mieux connaître leur(s) activité(s).*

BARÈME DE COTISATION*

* Principe par tranches de valeur ajoutée (année civile - prorata temporis pour la 1ère année)

MARGE BRUTE INFÉRIEURE À 500 000€ :	4 000 EUROS HT
MARGE BRUTE ENTRE 500 000€ ET 1 M€ :	5 200 EUROS HT
MARGE BRUTE ENTRE 1 M€ ET 1,5 M€ :	6 500 EUROS HT
MARGE BRUTE ENTRE 1,5 M€ ET 3 M€ :	7 800 EUROS HT
MARGE BRUTE ENTRE 3 M€ ET 4 M€ :	8 800 EUROS HT
MARGE BRUTE SUPÉRIEURE À 4 M€ :	10 000 EUROS HT

NOTA BENE : LÉVÈNEMENT PROPOSE LA POSSIBILITÉ, À CEUX QUI LE SOUHAITENT, DE RÉGLER LEUR COTISATION ANNUELLE EN 2 OU 3 ÉCHÉANCES ; LES MODALITÉS SONT À ÉTUDIER EN FONCTION DE LA DATE D'ADHÉSION.

Complétez le dossier d'adhésion
sur [levenement.org/
adherer-a-lassociation](http://levenement.org/adherer-a-lassociation)

CONTACT

Sandrine Christon-Pain
Déléguée générale
schriston@levenement.org
01 70 36 32 04

www.levenement.org





www.levenement.org

levenement.org
[@LEVENEMENTAss0](https://twitter.com/LEVENEMENTAss0)