



*l'association des agences de communication événementielle*

[www.levenement.org](http://www.levenement.org)



**Bertrand BIARD**  
Président de LÉVÈNEMENT

## 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 désintermédiéer l'achat de certaines prestations unitaires pour en optimiser les coûts.

### **Dans ce contexte, souvent complexe, LÉVÈNEMENT, la désormais 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 agences-annonceurs** à travers la rédaction d'un guide pratique L'ESSENTIEL avec une réédition dédiée également à la relation financière, la démarche La Belle Compétition, partagée avec les autres associations professionnelles de la communication ET la valorisation de la rémunération agence (s'agissant particulièrement de la création),
- La création en 2017, aux côtés de Nielsen, de **l'Event Impact Score®, l'outil de valorisation globale du média événement\***,
- **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 procurent une adhésion.

# LÉVÉNEMENT fédère.

65 agences

2500 talents



LE CLUB DES PARTENAIRES

70 prestataires

15 114 followers

# LÉVÉNEMENT s'engage.



# LÉVÉNEMENT valorise.

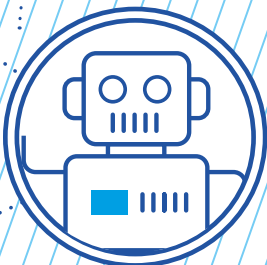


# LÉVÉNEMENT innove.

FRENCH EVENT BOOSTER



EVENT IMPACT SCORE®



& ses

# 65 agences

œuvrent au développement de la filière et s'engagent chaque jour à vos côtés pour imaginer et piloter vos prises de parole et vos rencontres.

[levenement.org](http://levenement.org)

Rejoignez-nous !





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

## CONTACT

Sandrine CHRISTON-PAIN  
Déléguée Générale  
[schriston@levenement.org](mailto:schriston@levenement.org)



01 70 36 32 04



11 Rue Friant, 75014 Paris

1

LÉVÈNEMENT  
C'EST QUOI ?

2

LÉVÈNEMENT  
POUR QUI ?

3

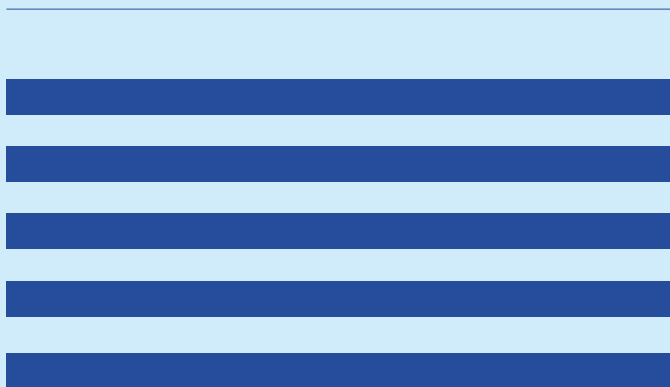
LÉVÈNEMENT  
POUR QUOI ?

4

LÉVÈNEMENT  
COMMENT ?

# LÉVÈNEMENT C'EST QUOI ?

Une association loi 1901  
à but non lucratif, représentative  
des agences de communication  
qui créent l'événement.



## L'organisation pro-active qui réunit

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

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

**1** LE RASSEMBLEMENT D'ACTEURS REPRESENTATIFS DE LA FILIERE QUI ŒUVRENT POUR :  
PROPOSER DES OUTILS CONCRETS POUR UN MEILLEUR ACCOMPAGNEMENT DES ANNONCEURS (1 GUIDE PRATIQUE « L'ESSENTIEL ») POUR UNE RELATION AGENCES - ANNONCEURS À FORTE VALEUR AJOUTÉE

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

**3** METTRE EN ŒUVRE 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)



PARTICIPE ACTIVEMENT À LA VALORISATION DE L'EVENTTECH EN S'IMPLIQUANT EN TANT QUE PARTENAIRE FONDATEUR DE FRENCH EVENT BOOSTER\*\*



**4** OBSERVER, ANALYSER ET ANTICIPER LES TENDANCES



### LE CONTRIBUTEUR ET SOUTIEN DE NOMBREUX ÉVÈNEMENTS DE LA PROFESSION

Voyage d'étude pour les dirigeants des agences, ateliers thématiques, afterworks, débats, forums sur des salons professionnels et trophées français et internationaux.

# LÉVÈNEMENT POUR QUI ?

Votre agence conseille, conçoit, organise et met en oeuvre des actions de communication qui créent l'événement ?\*





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."*

*"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.

# LÉVÉNEMENT POUR QUOI ?






Pour échanger  
avec ses pairs  
à l'occasion de  
rencontres.

## FAIRE PARTIE D'UN RÉSEAU

- 6 À 7 RÉUNIONS/ATELIERS THÉMATIQUES PAR AN AVEC L'INTERVENTION D'EXPERTS \*
  - 1 VOYAGE d'étude par an pour (redécouvrir une destination sous un angle nouveau)
  - Sur des sujets connectés à nos métiers ou à leur environnement
- \*Et en présence d'annonceurs

## RENFORCER SA VISIBILITÉ

Les agences  
de LÉVÈNEMENT  
bénéficient :

- 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 (levenement.org) grâce à un référencement dynamique
- D'une valorisation régulière sur les réseaux sociaux grâce à une activité digitale intense sur     (15 K followers)

# LÉVÉNEMENT POUR QUOI ?



# 3

## ÊTRE ACCOMPAGNÉ.E SUR UN PLAN JURIDIQUE ET ADMINISTRATIF

Grâce:

- Aux mailings d'information et aux notes techniques rédigés avec l'appui d'UNIMEV (à laquelle LÉVÈNEMENT adhère)  
*Assurances, droits d'auteurs, sécurité,...*
- À un service juridique gratuit
- À un service de protection de vos créations via des ancrages en blockchain

## BÉNÉFICIER D'AVANTAGES TARIFAIRES

- Modules de formation continue de l'Institut de L'Événement
- Abattement de 10% à la SACEM
- Tarif préférentiel pour la création d'un compte IPOCAMP

# 4

*Notamment en  
terme d'assurances  
avec VERSPIEREN\**

...EN PROFITANT D'AVANTAGES  
EXCLUSIFS CONSENTIS PAR DES PARTENAIRES  
DE L'ASSOCIATION.

# LÉVÈNEMENT 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 oeuvre 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  
Prorata temporis pour la 1<sup>ère</sup> année

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

NOTA : 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/)



*l'association des agences de communication événementielle*

[www.levenement.org](http://www.levenement.org)