

Crise sanitaire

Informations et Recommandations aux annonceurs

Paris, le 16 Mars 2020

Bonjour,

Notre pays est confronté à une crise sanitaire sans précédent qui risque d'avoir des impacts profonds et durables sur notre économie.

Nous avons bien conscience des difficultés générées pour chacun d'entre vous à titre professionnel comme personnel. La solidarité et la responsabilité doivent être les maîtres mots pour traverser cette période et s'en relever au mieux !

Cette situation exceptionnelle a, et va avoir, un impact sur toutes vos actions de communication, et en particulier vos actions de communication événementielle.

La plupart des événements du printemps a été annulée ou reportée, et vous êtes nombreux à vous interroger sur les décisions à prendre, conscients que vous ne pouvez pas vous couper de la relation avec vos différents publics internes et externes.

De son côté, toute la filière événementielle, agences, mais aussi prestataires et freelances, est très durement touchée.

Chacun doit trouver des mesures d'urgence pour faire face à cette situation, tant pour l'organisation du travail, avec une quasi-généralisation du télétravail dès aujourd'hui, que pour la sauvegarde des entreprises et des emplois, avec pour certains, la mise en place d'un plan d'activité partielle.

Au-delà de ces mesures d'urgence, il s'agit aussi de se projeter à moyen terme, pour être présents à vos côtés quand il s'agira de concevoir ensemble des actions de relance.

L'association LÉVÈNEMENT, qui fédère la filière, est très mobilisée sur la question.

Nous travaillons en étroite collaboration avec les pouvoirs publics depuis le début du mois et nous vous invitons à lire la tribune diffusée samedi : www.covid19-levenementsemobilise.fr

Afin d'agir collectivement, en intégrant vos contraintes, mais aussi en visant à prélever, en responsabilité, nos entreprises et nos emplois, **voici quelques informations et recommandations que nous vous demandons de diffuser :**

1. Annulations et reports

Vous trouverez ci-joint une note vous donnant le cadre juridique des annulations et reports.

Elle précise notamment la notion de **cas de force majeure** et son champ d'application, sachant qu'il faudra bien distinguer :

- Les annulations/reports que vous décidez au nom du principe de précaution
- Les annulation/reports pour cas de force majeure, c'est-à-dire consécutives à une décision préfectorale

Nous vous demandons de respecter ces dispositions juridiques et contractuelles (en ayant au cas par cas une approche solidaire allant au-delà du cadre contractuel) et de ne pas différer les règlements dus (et en particulier les acomptes) afin de ne pas mettre, plus encore, en péril la trésorerie de nos entreprises

Nous nous engageons, de notre côté, à avoir la même démarche vis-à-vis de nos prestataires et freelances, dont la situation actuelle est très fragile.

2. Résolution de problèmes et médiation

La gestion de ces annulations et reports doit se faire avec bienveillance, bon sens et intelligence collective. De nombreux annonceurs l'ont abordé ainsi et nous les remercions.

Il existe néanmoins aujourd'hui des situations qui posent problèmes et qui ont fait ou pourront faire l'objet d'un signalement, comme l'a demandé le ministre de l'économie et des finances.

Afin de maintenir de bonnes relations commerciales et d'éviter d'aller sur le champs juridique, le médiateur des entreprises - <https://www.economie.gouv.fr/mediateur-des-entreprises> - est aujourd'hui un excellent recours. Il vient en aide aux entreprises et aux organisations publiques afin de résoudre gratuitement leurs éventuels litiges via la médiation et, plus largement, faire évoluer les comportements d'achats, dans le soucis de rééquilibrer les relations clients fournisseurs, au service de l'économie.

3. Appels d'offre / Procédures de référencement

Nos agences vont être confrontées dans les prochaines semaines, prochains mois, à une triple difficulté :

- Gérer au mieux, pour vous, les reports d'événements, ce qui constitue une charge de travail conséquente, le report étant rarement un copier/coller du projet initial
- S'adapter au travail à distance, et pour de nombreux collaborateurs, à la garde des enfants, ce qui désorganise profondément l'activité de l'agence
- S'adapter à un fonctionnement en équipe réduite, des agences et prestataires n'ayant d'autres choix que de recourir à l'activité partielle.

Dans ce contexte, les appels d'offre et les procédures de référencement qui demandent un investissement temps conséquent, et qui pour certains, représentent un investissement financier global de plus de 100 K€ pour les agences concernées, viennent aujourd'hui dramatiquement complexifier la situation des agences et des prestataires.

Nous demandons aux annonceurs qui souhaitent agir en solidarité et en responsabilité, de suspendre les procédures d'appel d'offre et de référencement en cours et de travailler en priorité dans la continuité avec leurs partenaires actuels en privilégiant la pérennité de la relation.

Nous demandons aux entreprises, notamment dans le secteur public, qui doivent intégrer des contraintes juridiques ou procédurales, de trouver des solutions agiles pour les assouplir.

4. Événements du 2nd semestre

Nous constatons d'ores et déjà un phénomène de saturation sur le 2nd semestre, et en particulier sur la période septembre/novembre, les reports venant se cumuler aux événements déjà programmés. Cette saturation concerne les lieux, mais plus généralement la globalité de la capacité de production des agences et des prestataires.

Nous vous invitons à finaliser dès que possible la confirmation de vos événements du 2nd semestre afin de pouvoir en garantir leur exécution.

Nos agences sont solides, mais seront nécessairement fragilisées dans les prochains mois.

Nous ne devons pas handicaper l'avenir et nous sommes convaincu qu'une collaboration agile, en confiance et en responsabilité nous permettra de limiter l'impact de cette crise sanitaire sans précédent.

N'hésitez pas à solliciter vos agences, ou Benoît Ramozzi – bramozzi@levenement.org, Délégué Général de l'association professionnelle LÉVÉNEMENT, pour tout échange ou conseil.



Stéphane Abitbol
Vice-président de LÉVÉNEMENT
en charge de la vie associative



Vincent Dumont
Vice-président de LEVENEMENT
en charge de la relation
Agences/Annonces