

AVRIL 2024



AGENCES & PARTENAIRES :
MIEUX TRAVAILLER ENSEMBLE !

**PLATEFORMES DE GESTION
ÉVÉNEMENTIELLE & AGENCES**

RGPD, CYBERSÉCURITÉ
& BONNES PRATIQUES



01



P. 06 | 09

OBJECTIFS & ENJEUX
DES AGENCES

02



P. 10 | 15

SOLUTIONS & SERVICES
DES PLATEFORMES

> 03



P. 16 | 31

LES BONNES
PRATIQUES

04

P. 32 | 35

ET DEMAIN ?



— Les 🌐 plateformes digitales sont devenues pratiquement incontournables pour les producteurs d'événements 🏢🏢 BtoB et BtoC.



Nées à l'aube des années 2000, elles se sont vite développées et s'imposent depuis l'épisode du Covid-19. **Leurs innovations et technologies en évolution permanente** rivalisent en solutions et services auxquels adhèrent très vite les agences événementielles et leurs clients. **Elles contribuent à l'optimisation opérationnelle en amont, pendant et après l'événement.** Elles permettent d'amplifier les audiences, de stimuler leur attention et de les faire interagir pour un engagement maximum. Les plateformes répondent aux problématiques de protection des données, de cybersécurité et s'attachent à agir concrètement dans une démarche de développement durable.

Avec l'avènement de l'Intelligence Artificielle, agences et plateformes vont pouvoir explorer de nouveaux territoires qui viendront non seulement enrichir des contenus mais aussi faciliter de nombreuses tâches.

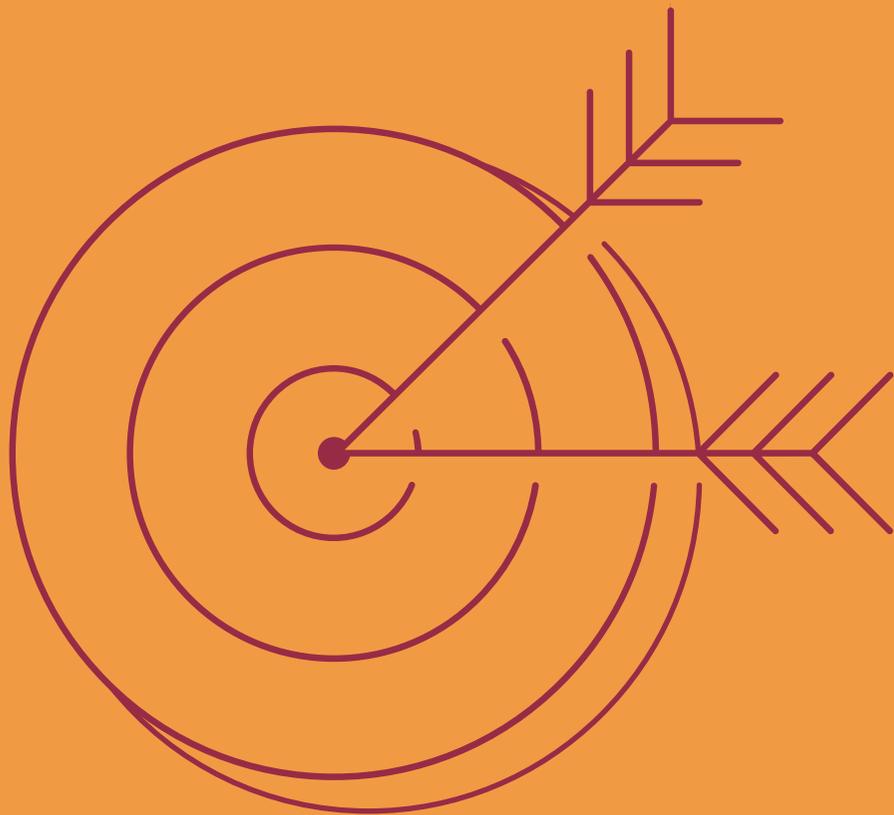
Consciente de la nécessité d'une véritable relation de confiance entre les agences et leurs plateformes de gestion, LÉVÉNEMENT a réuni en groupe de travail un panel de ses adhérents afin d'élaborer ce guide pratique. Le but est de simplifier les échanges et de clarifier leurs besoins et attentes réciproques.

Eclairages et bonnes pratiques : ce document se veut à la fois simple et didactique. Bonne lecture !

Sonia DELLONG et Catherine PRIEUR

En charge du Club des Partenaires de LÉVÉNEMENT

OBJECTIFS & ENJEUX DES AGENCES



— Une agence de communication événementielle 🏢 choisit d'avoir recours à une plateforme de gestion parce qu'elle sait que celle-ci pourra l'aider 🤝 à remplir ses objectifs et prendra en compte ses enjeux. 🔑 Clé d'une collaboration de confiance, la bonne prise en compte des problématiques de l'agence par la plateforme est essentielle à la 👍 réussite des événements produits.



LES OBJECTIFS

01

OBJECTIF N°1

Répondre au cahier des charges du client

L'objectif premier, pour les agences, est bien sûr de satisfaire au mieux le client final.

L'ensemble des produits et services proposés par les plateformes facilitent et simplifient l'atteinte de cet objectif.

02

OBJECTIF N°2

Gagner du temps

Les agences souhaitent gagner en productivité. L'utilisation d'une plateforme permet d'optimiser les procédures et les ressources humaines nécessaires à la tenue d'un événement (surtout quand il est récurrent !)

03

OBJECTIF N°3

Gagner en compétences

Les plateformes permettent à toute la chaîne de valeur, de l'agence au client final, de **gagner en expertise. Elles apportent aussi une véritable valeur ajoutée à l'événement.**



LES ENJEUX

01

ENJEU N°1

Gérer les données en toute sécurité

Les plateformes permettent à l'agence de gérer les données du client final de façon sécurisée, par exemple en limitant les échanges de fichiers via mail et en assurant une traçabilité, y compris pour des événements à dimension internationale.

03

ENJEU N°3

Rester à la pointe

Travailler avec une plateforme, c'est avoir la garantie de collaborer avec un partenaire toujours en **veille sur les dernières innovations.**

02

ENJEU N°2

Limiter l'impact carbone

Les plateformes mettent à disposition les applications nécessaires pour proposer un événement « paperless ». Elles facilitent par ailleurs la mise en place de formats hybrides qui réduisent l'impact du transport des participants.

SOLUTIONS & SERVICES DES PLATEFORMES

—  Une plateforme de gestion événementielle est  une licence logicielle au service des organisateurs d'événements .

Son utilisation peut intervenir avant, pendant et après l'événement, aussi bien pour des formats hybrides et digitaux que pour du présentiel. Son principal atout : faire gagner du temps à l'agence. Parmi ses nombreux rôles, nous pouvons citer :

01

La promotion et le rayonnement de l'événement

02

La gestion des participants

03

L'interactivité

04

L'accompagnement audiovisuel

05

Le support

01

PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT



Les plateformes digitales fournissent les principaux outils de **promotion de l'événement et de communication avec les participants**.

Elles contribuent également à assurer le **rayonnement** et à **prolonger son impact pour un ROI plus important**.

- Un **site internet attractif**, ergonomique, et facile à prendre en main,
- Une **plateforme d'e-mailing** permettant l'envoi d'invitations et de relances,
- La possibilité d'envoyer des **SMS** aux participants.
- Une **solution mobile** pour rester en contact avec les participants, les publics.

02

GESTION DES PARTICIPANTS



Les **plateformes digitales proposent une gestion des inscriptions et, au besoin, un service de billetterie**.

Lors d'événements physiques ou hybrides, elles pourront mettre à votre disposition des outils de gestion des flux : impression de badge, check-in et contrôle d'accès...

Certains outils spécifiques pourront être mis en place selon la typologie de l'événement :



- **Pour les salons** : gestion des exposants, lead retrieval management, matchmaking...
- **Pour les événements associatifs** : gestions des dons, recettes, finances, Cerfa, logistique d'adhésion...

Enfin, **les plateformes fournissent des outils statistiques** utiles pour connaître l'impact de votre événement : data analytics, dashboard reporting, analyse des données, tableau de bord...

03

INTERACTIVITÉ



Les plateformes digitales proposent de nombreuses solutions pour animer les événements : chat, quiz, sondage, nuage de mots, conversation one-to-one...

L'application mobile dédiée à l'événement permettra de modérer les interactions grâce à des fonctionnalités spécifiques.

04

L'ACCOMPAGNEMENT AUDIOVISUEL



Certaines plateformes digitales sont en capacité de mettre leurs solutions audiovisuelles au service de votre événement : production vidéo live, streaming, replay, régie virtuelle ou en présentiel, traduction et sous-titrage simultanés...

N'hésitez pas à les interroger sur ces sujets !

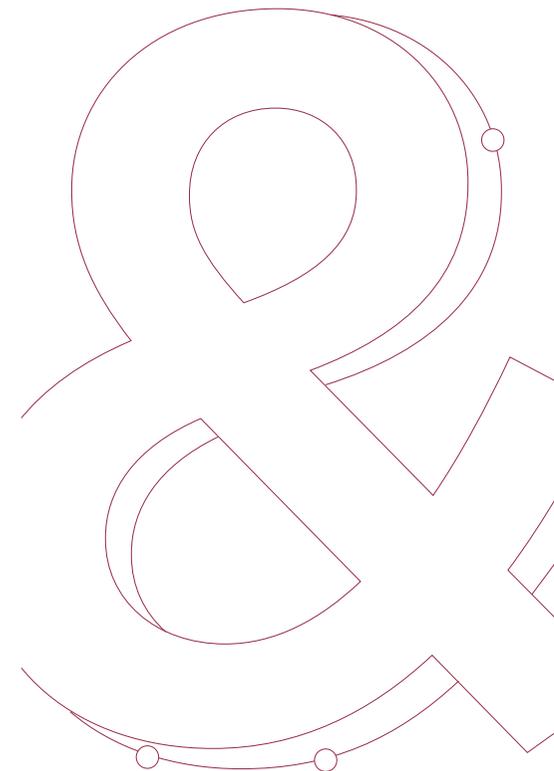
05

SUPPORT & CONSEIL



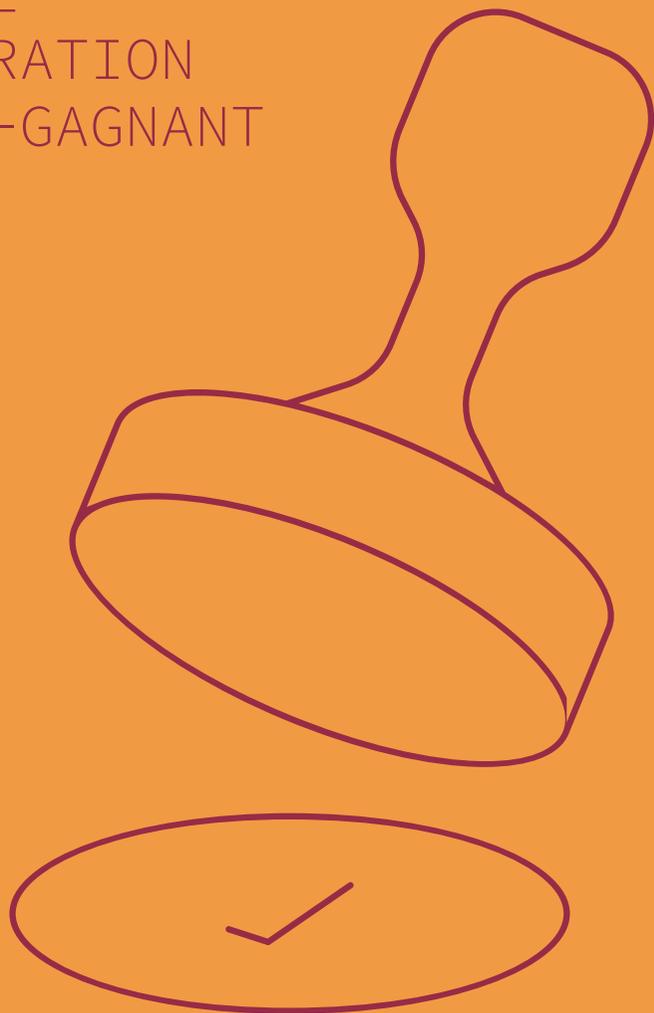
Avant, pendant et après un événement, les plateformes digitales mettent leurs équipes à disposition pour **assurer un support constant et conseiller les agences.**

Au besoin, certaines peuvent même proposer la présence d'un ou plusieurs chefs de projets pour s'assurer du bon fonctionnement de leurs outils le jour J.



CYBERSECURITÉ & RGPD :

NOS RECOMMANDATIONS
POUR UNE
COLLABORATION
GAGNANT-GAGNANT



— Vous trouverez dans les pages suivantes un ensemble de recommandations simples à mettre en place ☑ dans le cadre d'un événement organisé avec l'aide 🌐 d'une plateforme de gestion événementielle.

Ces recommandations s'adressent au 👤 client final, 🏢 à l'agence, et à la plateforme 📄, à chaque étape d'un événement, de l'appel d'offre à la post production.

RECOMMANDATIONS AUX CLIENTS



01

EN PHASE D'APPEL D'OFFRES

— Anticipez

Adressez votre questionnaire **cybersécurité et vos règles RGPD dès l'envoi du brief**. Ainsi, vous serez assurés de choisir des partenaires qui respectent vos contraintes et proposent des solutions conformes à vos règles.

— Choisissez un partenaire engagé

Demandez à votre agence de proposer une **plateforme certifiée ou engagée** dans une démarche de certification RSE (ISO 20 121, 27 0001 ou autre).

02

UNE FOIS LA PLATEFORME CHOISIE

Planifiez

Echangez avec l'agence autour du **rétroplanning** proposé en concertation avec la plateforme pour qu'aucun détail ne soit laissé de côté et surtout pour éviter les surprises à quelques jours de l'événement.

En effet, **des demandes tardives pourraient engendrer des frais de mise en priorité** de la part de la plateforme (renfort d'équipe, heures supplémentaires...)

Fournissez une base de données de qualité

Transmettez à l'agence une base de données dont vous garantissez **l'origine, les droits et l'ancienneté, avec des destinataires existants** et ayant accepté de recevoir des communications.

Facilitez le dialogue

Acceptez de mettre directement en relation votre DSI avec la plateforme de gestion événementielle. Cela fluidifiera l'organisation et favorisera une bonne compréhension de vos enjeux.

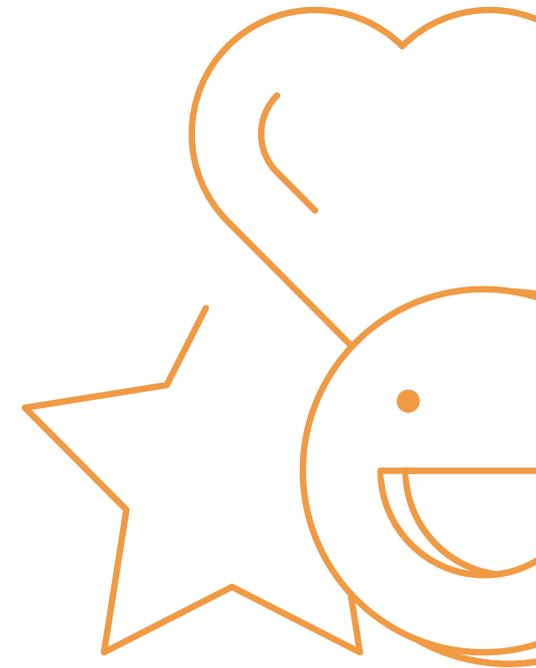
03

ET APRÈS L'ÉVÉNEMENT...

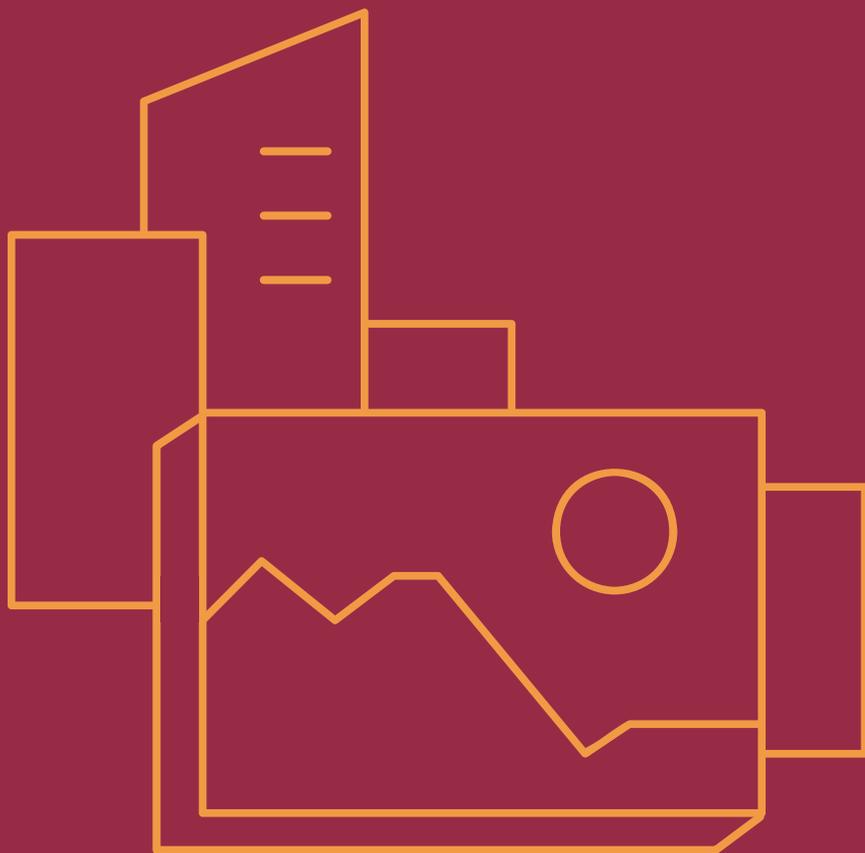
On prend les mêmes, et on recommence !

Votre collaboration a été un succès : capitalisez sur l'investissement-temps d'une première prestation **en restant fidèles à votre agence et à votre plateforme.**

Au besoin, n'hésitez pas à procéder à des audits de vos partenaires.



RECOMMANDATIONS AUX AGENCES



01

AU SEIN DE VOTRE AGENCE 🏢

— Soyez en veille !

Tenez-vous à jour du RGPD et de l'actualité autour de la cybersécurité.

N'hésitez pas à solliciter vos plateformes partenaires pour obtenir les informations.

— Vos collaborateurs ? Des experts !

Nommez en interne une personne dédiée au RGPD et à la cybersécurité.

Le mieux, quand cela est possible, est de nommer un DPO.

De la genèse à la clôture de vos opérations, mettez votre client et votre plateforme en relation avec un interlocuteur dédié à ces sujets.

Enfin, sensibilisez l'ensemble de vos collaborateurs : tous doivent connaître les risques et savoir les éviter.

02

EN PHASE
D'APPEL D'OFFRES — Interrogez
les plateformes de
manière responsable

En phase d'appel d'offres, limitez la compétition à 3 plateformes au maximum, et assurez-vous qu'elles aient des domaines de compétence comparables.

Donnez-leur un délai raisonnable pour vous répondre. Enfin, soyez en mesure de les prévenir quand elles ne sont pas retenues (si vous pouvez leur expliquer pourquoi, c'est encore mieux !)

— Anticipez !

Transmettez le questionnaire cybersécurité et compliance RGPD de votre client à la plateforme **dès l'envoi du brief**. Ainsi, vous serez assurés de choisir des partenaires qui respectent ses contraintes.

03

EN PHASE
DE PRODUCTION — Soyez pro-actifs
et si besoin
envisagez les
développements
nécessaires

Collaborez avec la plateforme sélectionnée pour établir le **rétroplanning** que vous présenterez au client final.

Si votre client souhaite une solution qui nécessite une phase de développement, pensez avant de lui faire un retour positif à demander à la plateforme combien de temps sera nécessaire à cette innovation.

— Sensibilisez
votre client
aux risques

Certains risques cyber ne sont pas inhérents à la plateforme (environnement technique web, création d'url, délivrabilité des mails...) : parlez-en à votre client !

04

ET APRÈS
L'ÉVÉNEMENT... — Facilitez
le dialogue

Acceptez de mettre directement en relation le DSI du client avec la plateforme : cela fluidifiera l'organisation et le suivi technique.

— Garantissez
la traçabilité

Lors de votre utilisation de la plateforme, évitez le partage de mots de passe !

Chaque utilisateur doit avoir ses propres identifiants.

— Un problème ?
Soyez transparents !

Il est primordial d'avertir le client de toute intrusion ou tentative (piratage, injection de contenu, vol de données...) survenant pendant l'événement. Seule une transparence sur ces sujets donnera lieu à une relation de confiance.

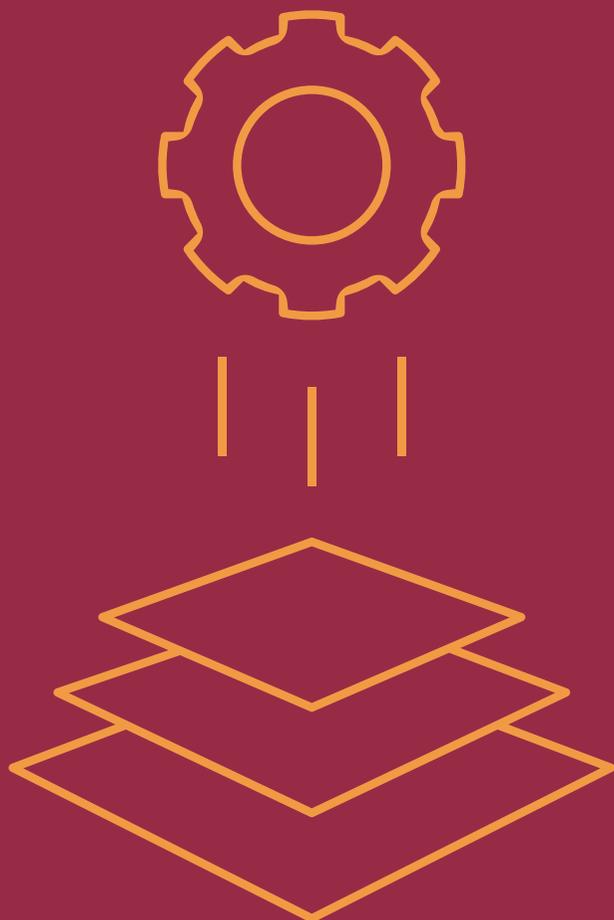
— Supprimez
les données !

Votre plateforme doit avoir mis en place une suppression automatique des données des participants, passé un certain délai après l'événement. Soyez toutefois en capacité de supprimer ces données sur simple demande d'un participant.

— Pérennisez
la relation !

La collaboration avec votre plateforme a été un succès ? Capitalisez sur l'investissement temps d'une première prestation et recommandez-la à vos futurs clients. Au besoin, n'hésitez pas à procéder à des audits de vos partenaires.

RECOMMANDATIONS AUX PLATEFORMES



01

AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE 🏢

— Définissez une gouvernance

Nommez un DPO en interne et mettez en place un code de bonne conduite auprès de l'ensemble de vos collaborateurs.

— Soyez engagés

Attestez d'une certification RSE (ISO 20 121, 27 001...) ou d'une démarche en cours.

Acceptez d'être audité par un client. Enfin, si cela n'est pas déjà le cas, envisagez de souscrire à une assurance cyber dédiée.

— Sélectionnez des sous-traitants sûrs

Lorsque vous sous-traitez, par exemple en choisissant un hébergeur, **assurez-vous de la traçabilité et de la fiabilité de vos prestataires.**

02

EN PHASE
DE PRODUCTION — Démarrez
efficacement

Prévoyez une réunion kick-off avec les parties prenantes lors de laquelle vous définirez clairement vos domaines d'intervention (pourquoi pas utiliser une check-list!) et votre rétroplanning afin de garantir la bonne fin de l'événement.

— Soyez force
de conseil

Vous êtes les experts dans votre domaine : apportez à l'agence et à son client votre **conseil technique et opérationnel** et sachez anticiper d'éventuels délais nécessaires au développement d'outils sur-mesure.

— Assurez
la traçabilité

Soyez transparents sur la propriété et l'utilisation des données concernant les participants.

Cloisonnez strictement leurs comptes, ou, a minima présentez clairement les CGU à chacun d'entre eux. Enfin, soyez en mesure de fournir l'historique des actions des différents utilisateurs.

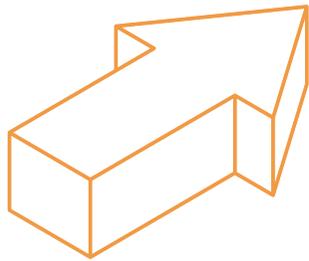
03

ET APRÈS
L'ÉVÉNEMENT... — Un problème ?
Soyez transparents !

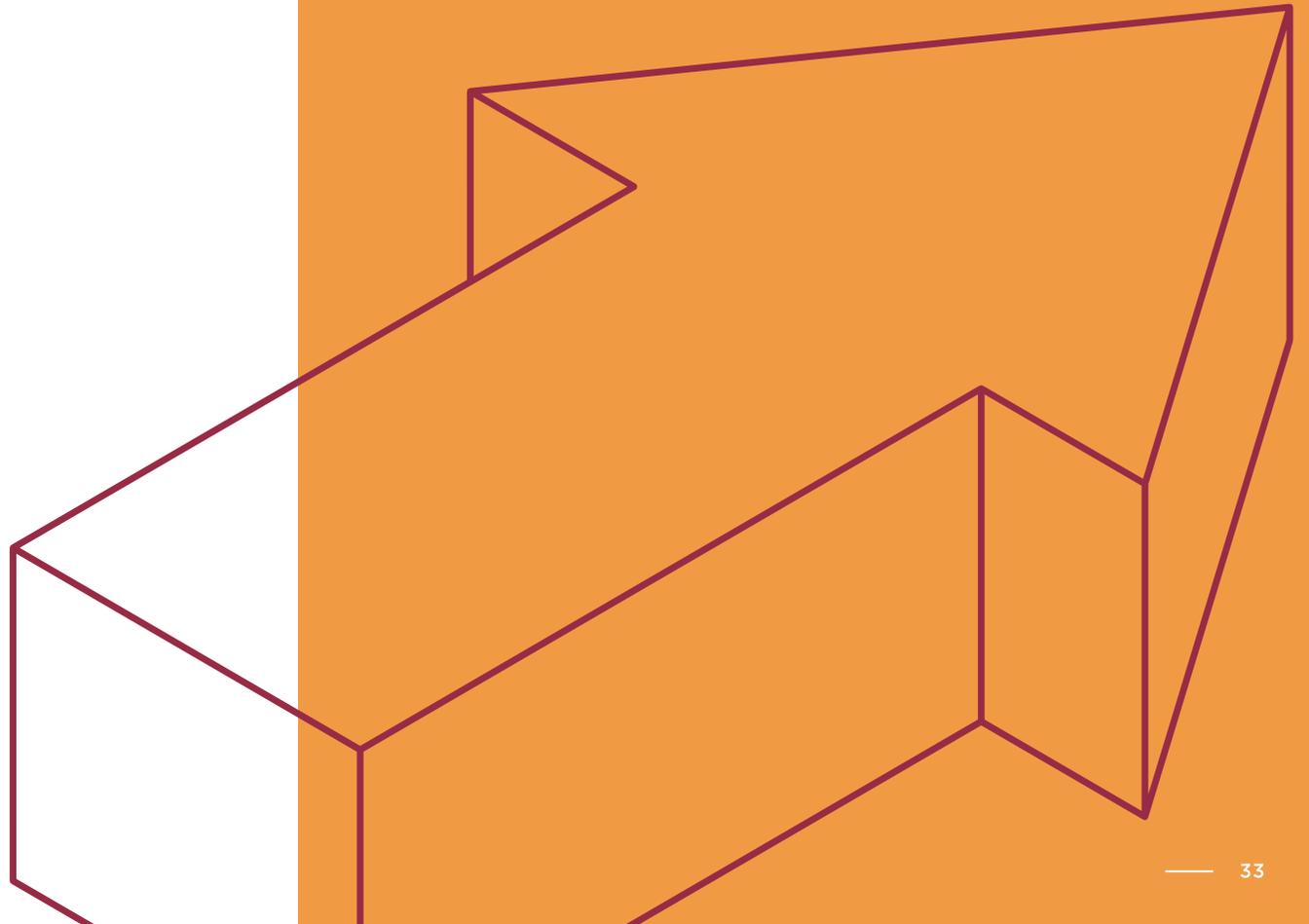
Prévenez l'agence de toute intrusion ou tentative d'intrusion (piratage, injection de contenu, vol de données...) survenant pendant l'événement. Seule une transparence sur ces sujets permettra une relation de confiance.

— Supprimez
les données

Votre plateforme doit avoir mis en place une **suppression automatique des données** des participants, passé un certain délai après l'événement. Soyez toutefois en capacité de supprimer ces données sur simple demande d'un participant.



— ET
DEMAIN ?



— Tous les secteurs de l'économie se sont digitalisés 🌐.

👤 L'Humain étant au cœur de l'activité événementielle cette digitalisation n'était pas évidente et avec 🌀 la Covid la confusion s'est encore amplifiée autour du mot "digital".

Il ne s'agit pourtant pas de créer des 🌐 metaverses, ou de virtualiser nos rencontres 🗣️ mais d'utiliser l'outil informatique pour simplifier 📁→ une partie du travail des organisateurs et si possible en ⚪ réduire le stress et laisser plus de temps à la 💡 créativité.

— De même, le développement d'outils d'Intelligence Artificielle 🧠 ouvre un tout nouveau champ des possibles. Si l'IA ne pourra jamais remplacer l'intelligence, elle peut 😄 surprendre par son incroyable efficacité.

Elle doit être perçue comme un atout, qui permet aux équipes de gagner du temps 🕒 et une énergie qui pourront être mis à profit sur d'autres aspects de leurs projets.

Le développement 🛠️ des plateformes digitales pour la gestion globale des 🏢 événements témoigne de cette modernisation d'un secteur vers plus d'efficacité, de mesurabilité, plus de 🛡️ sécurité cyber, et, nous le croyons, vers plus de justesse 👍.

GLOSSAIRE

Les définitions suivies d'une astérisque peuvent être retrouvées sur le site de la CNIL. www.cnil.fr/fr/glossaire

Assurance cyber

Une assurance cyber est dédiée aux risques informatiques. Elle couvrira les conséquences financières et juridiques d'une éventuelle attaque numérique, notamment dans le cadre d'un événement.

Tableau de bord ou Dashboard reporting

Représentation visuelle des indicateurs de performances.

Analyse des données ou Data Analytics

Méthode permettant de tirer des informations à partir des données brutes d'un événement.

DPO*

Le/La délégué.e à la protection des données (DPO) est chargée de mettre en œuvre la conformité au règlement européen sur la protection des données au sein de l'organisme qui l'a désigné s'agissant de l'ensemble des traitements mis en œuvre par cet organisme.

DSI

Le/La DSI (Directeur.rice des services d'information) est responsable de la définition, de la mise en œuvre, de l'évolution, de la fiabilité et de la sécurité des systèmes d'information de son organisation en adéquation avec les objectifs stratégiques.

EMS

Event Management System Software : acronyme anglophone pour désigner les plateformes de gestion événementielle.

Lead Retrieval Management

Outil de gestion des prospects.

Matchmaking

Outil de mise en relation des participants via leurs intérêts formulés.

RGPD

Règlement Général sur la Protection des Données

Le RGPD encadre le traitement des données personnelles sur le territoire de l'Union européenne. Il harmonise les règles en Europe en offrant un cadre juridique unique aux professionnels.

REMERCIEMENTS

Merci aux agences et aux prestataires
qui ont contribué à la rédaction de ce guide !

Pour LÉVÉNEMENT

Sonia DELLONG,
Chargée de missions

Catherine PRIEUR,
En charge du Club
des Partenaires

Les plateformes

Laurent BEL,
Appcraft

**Jonathan ASTRUC
& Thierry OTTAVY,**
Digitevent

**Jon LIPFELD
& Paula MACIA,**
Eventmaker

Yves CHRISTOL,
Voilà Events

Jean-Charles NICOLAS,
Wisembly

Les agences

Frédéric MERTZ,
CCE Organisation

Guillaume MIKOWSKI,
Brainsonic

**Florence BOTTIN
& Pascal JACQUES-GUSTAVE,**
Havas Events

Melissa LE FRIEC,
Hopscotch

Jérôme MORANDINI,
Studio France Events



AVRIL 2024



LEVENEMENT.ORG

Sonia Dellong

Chargée de Missions

sdellong@levenement.org