

**Pour toute information sur l'ANAé,  
n'hésitez pas à consulter notre site internet  
dont les coordonnées sont les suivantes :**

**<http://www.anae.org/>**

**Vous y trouverez notamment :**

**La charte déontologique de l'ANAé,  
ses statuts, son règlement intérieur,  
les critères d'adhésion,  
la liste des membres et un descriptif  
sur chacune des agences.**

*Liste des agences membres  
sur demande.*





ASSOCIATION NATIONALE DES AGENCES D'ÉVÉNEMENTS

*Bien choisir  
son agence*



# CONSULTATIONS ET APPEL D'OFFRES

Une compétition organisée par un commanditaire, annonceur ou tout autre donneur d'ordres, ci-après dénommé « le client » (qu'il soit entreprise ou organisme public) est un enjeu important.

Enjeu important à la fois pour le client qui doit se doter d'un partenaire efficace pour réussir son événement et pour l'agence qui va investir du temps et des moyens pour présenter le meilleur dossier possible et s'engager à réussir le challenge proposé.

Le client devra départager un nombre restreint d'agences, dans le but d'en retenir une pour lui confier son budget. Il lui revient de sélectionner soigneusement les quelques agences pouvant répondre à son besoin de communication événementielle.

Pour que les agences produisent le meilleur dossier possible, il est d'une absolue nécessité de définir des principes et des règles de jeu, clairs, justes et sains. Le client n'aura plus que l'embarras du choix, en ayant donné à chaque agence les meilleures conditions de réussite.



## AVANTAGES D'UNE CONSULTATION BIEN PRÉPARÉE ET BÉNÉFICE QUE DOIT EN RETIRER LE CLIENT

*Une consultation bien préparée permet aux agences de travailler dans les meilleures conditions, et de fournir l'effort à bon escient.*

*En disposant de toutes les informations utiles, d'un délai identique et d'un cadre de travail sécurisant, elles s'organiseront au mieux pour remettre un dossier complet et de qualité.*

*L'indemnisation des perdants garantit le sérieux de la consultation. Elle permet aux compétiteurs d'engager les moyens nécessaires à la remise d'un dossier explicite, illustré, où la faisabilité est d'autant mieux assurée que les repérages idoines et les pré-études techniques ont pu être effectués.*

*Le client recevra des offres où la créativité et l'originalité feront souvent la différence mais il disposera surtout de dossiers comparables en terme de qualité, d'exhaustivité et de budget.*

*En consultant une agence ANAé, le client a la garantie que son prestataire/partenaire lui apporte en contrepartie la mise en œuvre optimum en terme de professionnalisme et de respect des obligations contractuelles et réglementaires.*





## La présentation des offres

Pour le «grand oral» un minimum de conditions sont à respecter afin de mettre à l'aise l'agence et lui fournir les moyens matériels pour sa présentation ou tout au moins lui laisser la possibilité et le temps de se préparer avec son propre matériel.

Des informations précises sont à fournir sur le lieu de la présentation, le temps accordé à chacun des compétiteurs, ainsi que l'ordre de passage pour que chaque agence adapte sa présentation dans l'intérêt des auditeurs.

Le jury comprendra, au mieux, tous les responsables impliqués sur le dossier. Les noms et les rôles de chacun des membres seront communiqués.



## L'annonce des résultats

A l'issue de la présentation, procédures et délai de réponse - qui ne doit pas excéder quelques jours - seront précisés.

Le client explicitera les raisons de son choix, en motivant sa réponse, pour permettre, notamment aux agences perdantes, de connaître leurs faiblesses et d'en tirer les leçons.



## La protection des idées

Tous les documents laissés au cours de la présentation seront retournés à l'agence.

Les recommandations et créations, sont la propriété de l'agence et sont donc protégées par un « copyright ». Le client s'engage à ne pas les utiliser par la suite si l'agence qui les a conçues n'a pas été retenue.

De même tous les documents confiés par le client lui seront retournés.





## Spécificités de la communication événementielle

Une consultation en matière de communication événementielle se différencie d'autres consultations, en raison du caractère unique de l'événement et d'une relation qui est souvent de courte durée.

La relation est cependant intense puisqu'il s'agit de définir, concevoir et produire à la fois, des messages, un décor, un cadre d'accueil, un spectacle, une réception etc., tout en gardant l'esprit et la culture de l'entreprise et tout en assurant une cohérence avec les autres outils de communication.

S'il revient, en général, au client de définir la stratégie dans laquelle viendra s'inscrire l'événement, au sein d'une communication plus globale, le rôle de conseil apporté par l'agence sera déterminant quant au succès de l'opération.

La communication événementielle est emprunte d'autant plus d'exigences que l'opération est unique, et doit donc être en tous points pensée, conçue et réalisée pour être parfaite et réussie du premier coup.



## Des règles essentielles pour

- garantir au client le meilleur travail avec l'assurance d'une bonne compréhension de son problème.
- permettre aux agences de combattre à armes égales, en disposant d'informations et conditions de travail identiques.
- garantir aux agences qui vont investir et s'investir, que la compétition ne sera pas sans suite ou qu'il ne s'agit pas d'un simple appel à idées que le client mettra en œuvre lui-même.

## CONDITIONS D'UNE CONSULTATION IDÉALE

Les principaux points à respecter pour une consultation idéale sont présentés dans l'ordre chronologique des tâches qui incombent au client.

En contrepartie, les agences ANAé s'engagent en appliquant la Charte de l'association, à respecter les obligations nécessaires pour satisfaire leur client et garantir la réalisation à bonne fin des prestations précisées dans les documents contractuels. (cf. en cahier central « les engagements d'une agence ANAé »).

### L'appel à candidatures

- Le client prendra le temps d'opérer une pré-sélection rigoureuse des agences aptes à résoudre sa problématique. Il se dotera de moyens propres à détecter les agences les plus compétentes sur le marché, et pourra se faire assister par les cabinets conseils spécialisés : Gibory Consultant ou Vidéothèque Conseil.
- Il est souhaitable qu'il ne retienne qu'un nombre restreint de compétiteurs (3 à 4) afin de pouvoir consacrer le temps nécessaire au bon suivi des agences retenues, ce qui entraînera une meilleure mobilisation des énergies.
- Il est recommandé par ailleurs de consacrer un montant raisonnable (1% du budget par agence) pour indemniser les agences perdantes, afin qu'elles engagent les moyens nécessaires à la réalisation de leur dossier. C'est aussi une preuve du sérieux apporté à la consultation.

### Le dossier de consultation

Le dossier de consultation fera l'objet d'un brief écrit avec des questions précises où le client expose sa stratégie et définit les objectifs à atteindre.

Le montant du budget doit être indiqué, ou tout au moins une fourchette, afin que les agences proposent des solutions compatibles avec le budget réellement disponible, et que leurs offres puissent être comparables.

Le dossier comprendra en outre des renseignements exhaustifs sur :

- la société (culture et structure),
- ses produits,
- le marché et la concurrence.

Un rappel des expériences passées en communication est souhaitable ainsi que la description, voire la critique, d'événements antérieurs, s'il y a lieu, qu'ils aient été réalisés dans la société, le groupe ou le marché.

## Les conditions de travail

- L'envoi du brief se fait à toutes les agences au même moment et le nom des agences mises en concurrence est communiqué.
- Le brief sera signé, ou tout au moins validé, par le (ou les) décideur (s) final (aux).
- Un interlocuteur de la consultation est clairement désigné, il sera le correspondant des agences pendant la durée de la consultation.
- Un délai raisonnable est laissé pour la remise des offres (3 à 4 semaines), ce qui permet d'allier réflexion, créativité, budgétisation détaillée et repérages pour garantir la faisabilité des propositions.

## Le suivi, les relations avec l'agence

Un entretien, quelques jours après la remise du dossier de consultation, est indispensable pour permettre à chaque agence de préparer une liste de questions, pouvoir vérifier la bonne compréhension du brief, et valider le cas échéant les premières orientations proposées.

Il est recommandé de consacrer un temps identique à chacun des compétiteurs et notamment d'éviter un brief commun qui nuirait à la pertinence des questions posées par les agences.