



# LE MANIFESTE

Les événements, servir le bien commun

**unimev**<sup>®</sup>  
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT

“  
**Les événements, des plateformes collectives au service des enjeux socio-économiques, environnementaux et scientifiques.**  
”

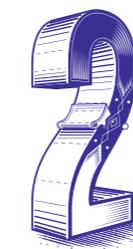
# SOMMAIRE



## **Faire Événement, faire Société** P.4

**P.5 Le moment crucial vécu par nos Sociétés impose une réinvention collective**

**P.8 Le savoir-faire événementiel français, un atout majeur dans la compétition internationale**



## **Les événements, créateurs de richesses multiples** P.18

**P.19 Les événements, leviers de l'économie française**

**P.24 Les événements et sites événementiels, leviers de la vie économique, technologique et sociale des territoires**

**P.29 Les événements, leviers de la transformation des modèles et incubateurs du savoir-faire français**



## **La valorisation et transition de la filière événementielle au cœur de notre démarche** P.34

**P.35 Les porteurs du Manifeste**

**P.37 UNIMEV, levier de la transformation de la filière événementielle**

**P.40 Méthodologie du Manifeste**



# FAIRE ÉVÉNEMENT, FAIRE SOCIÉTÉ

## Le moment crucial vécu par nos Sociétés impose une réinvention collective

### SAISIR LES ENJEUX SOCIÉTAUX D'AUJOURD'HUI ET DEMAIN

#### Des tensions et enjeux majeurs :

##### Collectivement, à l'échelle du pays :

- ▶▶ Enjeux socio-économiques (désertification de territoires, désindustrialisation et perte de savoirs, répartition de la richesse, délitement du lien social...)
- ▶▶ Enjeux de confiance entre les parties qui font Société (citoyens, médias, politiques, entreprises, associations,...)
- ▶▶ Enjeux politiques (confiance, organisation de l'expression citoyenne, représentativité, appui sur les énergies de la société civile, éducation...)

##### Individuellement, à l'échelle du citoyen :

- ▶▶ Enjeu de l'épanouissement personnel (bien-être, bien manger, bien vivre)
- ▶▶ Enjeu de l'épanouissement professionnel (du sens à son action, être aligné avec les valeurs de l'entreprise, s'épanouir au sein du collectif...)
- ▶▶ Enjeu de l'épanouissement civique (s'impliquer, pouvoir s'exprimer, s'éduquer...)

**En toile de fond, l'enjeu climatique devient urgent et bouscule tous les modèles (mobilité, alimentation, santé, sécurité, énergie).**

## Répondre à l'accélération des enjeux de transformation

- Pour relever les challenges devant nous, il y a une nécessité d'établir des coopérations nouvelles entre les acteurs, générer des intelligences, créer des ponts entre les savoirs et industries, accompagner les réussites entrepreneuriales, aider le développement et la revitalisation des territoires, reconstruire la confiance,...
- ... mais aussi de recoudre le lien entre les citoyens, offrir du lâcher-prise et de l'amusement, se découvrir et découvrir les autres, retrouver du sens à son action, développer des imaginaires collectifs,...

“  
**Nous croyons à la rencontre  
humaine pour atteindre  
ces objectifs nobles  
et aux outils que  
sont les événements  
pour les matérialiser.**  
”

**77  
millions**  
de participants par  
an tout événement  
confondu en France

## POURQUOI CE MANIFESTE ?

- Les événements permettent à ceux qu'ils réunissent (citoyens, entrepreneurs, professionnels, chercheurs, innovateurs, politiques, étudiants...) d'accomplir leurs objectifs. Ils sont des passerelles entre le présent et l'avenir, des courroies de transmission au service de communautés d'acteurs et territoires sur lesquels ils s'incarnent et génèrent des retombées.
- **À travers ce Manifeste, nous souhaitons démontrer, études et productions intellectuelles à l'appui, la puissance d'entraînement et de déclenchement de cette filière en termes de :**
  - Levier économique & d'industrialisation des territoires
  - Effet sur la confiance (dans les affaires, dans le débat public,...)
  - Transformation des modes de production pour répondre aux enjeux écologiques et sociaux
  - Résonance de messages positifs à diffuser au plus grand nombre
  - Aménagement territorial par le matériel (infrastructures) et l'immatériel (la fierté pour les habitants de vivre dans un territoire qui rayonne par l'événement)
  - Formation à des métiers et savoir-faire techniques favorisant l'inclusion
  - Production d'intelligences permettant à la recherche et l'innovation d'avancer
  - Recréation de lien entre les acteurs sociétaux (des entreprises aux citoyens, en passant par le politique)
  - Moments de bonheur pour les publics
  - ...



# Le savoir-faire événementiel français, un atout majeur dans la compétition internationale

Paris, leader mondial de l'accueil des salons de  
**+ de 500 exposants**



La France, **3<sup>e</sup>**  
**destination mondiale**  
de l'accueil de congrès

## L'ÉVÈNEMENT : CROÎTRE ENSEMBLE

**“Les foires, salons, congrès et autres évènements professionnels, constituent le prototype de ce que les chercheurs en sciences humaines appellent un « fait social total »”.**

Cette expression, forgée par Marcel Mauss dans son célèbre Essai sur le don (1924), désigne d'importants rassemblements physiques d'individus et d'institutions, ayant pour vocation de revivifier le lien social, et se jouant simultanément sur tous les principaux registres de l'existence (économique, esthétique, technologique, etc.).

Sur l'ensemble de la surface du globe et depuis des temps immémoriaux, le besoin de se réunir caractérise l'humanité. Du potlatch des indiens Kwakiutl, aux cérémonies des Aborigènes d'Australie, en passant par les rassemblements annuels des Inuits, la logique est la même. La rencontre, la multiplication des échanges et la réciprocité permettent de renforcer l'interdépendance entre les groupes. Claude Lévi-Strauss a montré que cette alliance est au fondement même d'une sociabilité pacifique, heureuse et mutuellement bénéfique.

À travers les foires du Moyen-Âge, puis les grandes expositions des siècles derniers, l'esprit de ces fêtes de la paix et de la richesse s'est transmis jusqu'à l'époque moderne. Aujourd'hui, les

évènements les plus réussis sont des plateformes collaboratives, sources d'effervescence et d'énergie créatrice. Dans ces espaces de ralliement, la communauté déploie son identité, accroît son rayonnement et gagne en vigueur.

Un évènement est une occasion de face-à-face, de proximité et de coopération : serrer la main d'un partenaire, échanger avec un collègue, prendre un verre avec un fournisseur, parler avec un auteur qui vous dédicace son livre, caresser la toison d'un mouton en discutant avec son éleveur, goûter le mets qui vient d'être préparé devant soi, toute cette économie repose sur la puissance des contacts et de la mise en relation. Entre les participants, des plus grands aux plus petits, s'établissent des passerelles, et parfois une communion dans les cas les plus aboutis. La synergie des entreprises, des marques, des savoirs, des produits et des services, multiplie les flux, et, en définitive, stimule un marché.

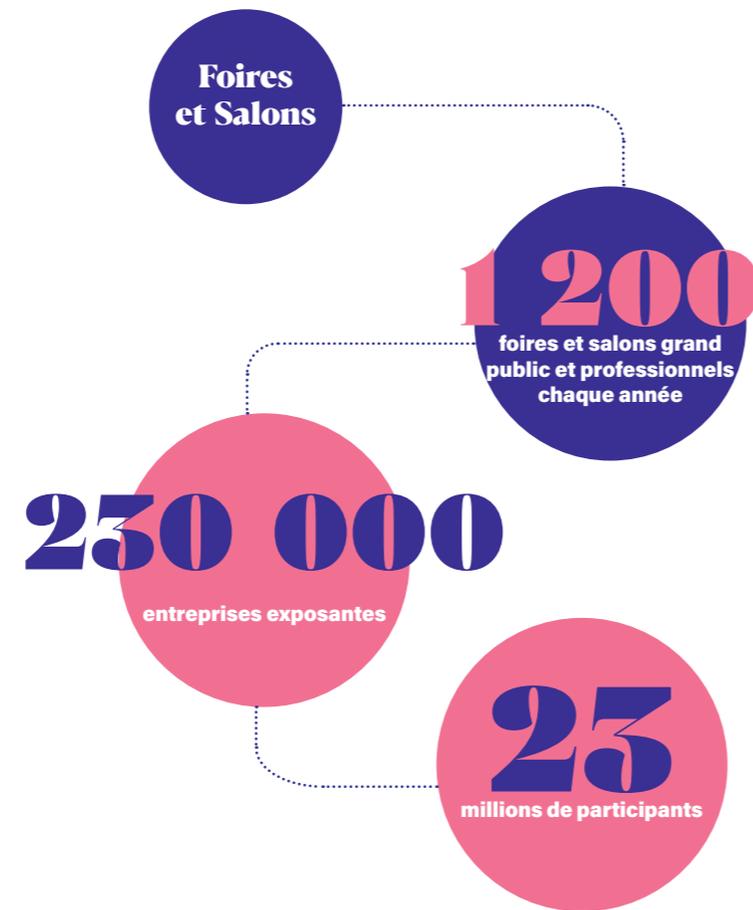
### **Bertrand Pulman**

Professeur de Sociologie et d'Anthropologie à la Sorbonne Paris Cité  
Responsable du Master Santé, Maladie, Questions Sociales (EHESS - UP13)

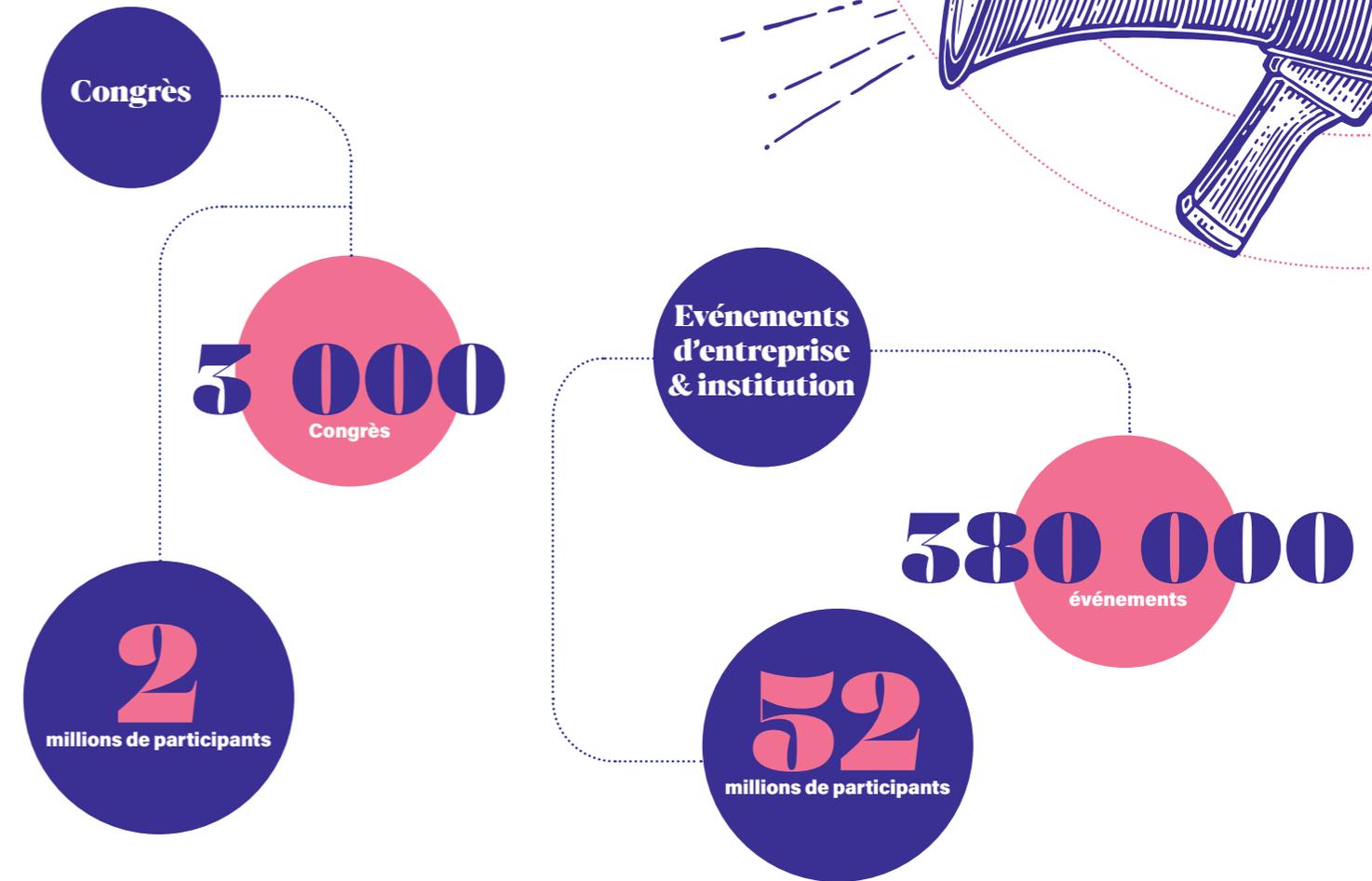
# LES ÉVÉNEMENTS, UN PEU DE PÉDAGOGIE

**A**u cours des dernières décennies, la filière événementielle s'est professionnalisée et structurée en se dotant de nouvelles compétences, lieux, savoirs et formats d'événement. Aujourd'hui, la sémantique admise vise à les définir ainsi :

- **Professionnels** : congrès, salons, conventions, soirées, ateliers, conférences de presse
- **Grand public** : foires, salons, festivals, concerts, événements sportifs
- **Institutionnels ou politiques** : meetings, sommets, congrès



## LE POIDS ANALYSÉ D'UNE CATÉGORIE D'ÉVÉNEMENTS EN FRANCE :



## Modèle opératoire global :

**Un acteur, qu'il soit une entreprise, une association, un territoire,... se dote d'objectifs stratégiques pour assurer son développement :**

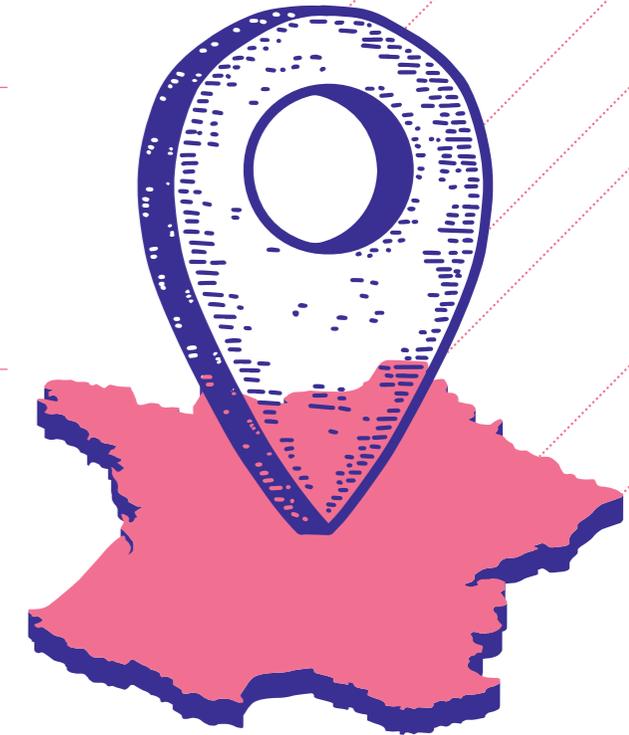
- 1 Business
- 2 Recherche et développement
- 3 Innovation et expérimentation
- 4 Responsabilité Sociétale
- 5 Éducation et de sensibilisation
- 6 Montée en compétences professionnelles
- 7 Animation
- 8 Recrutement
- 9 Formation
- 10 Visibilité médiatique
- 11 Cohésion
- 12 Émulation
- 13 ...

## La matérialisation de cette stratégie au travers d'un événement est rendue possible par :

- 1 Les métiers de la production événementielle (organisateurs, prestataires de service, lieux événementiels,...),
- 2 Les métiers de la prise en charge et de l'expérience territoriale (hébergement, restauration, transport,...),
- 3 Ceux qui feront le contenu et l'attractivité de l'événement (entreprises, visiteurs, sportifs, artistes, speakers, chercheurs,...),
- 4 Ceux qui soutiendront l'événement par leur implication (médias, sponsors, collectivités, habitants...).

**La filière événementielle est donc composée d'innombrables maillons qui vont œuvrer au succès global. Un seul maillon fragilisé et c'est l'ensemble de la chaîne stratégique et logistique qui est en défaut... ce qui invite à la coopération maximale. La France est mondialement réputée sur l'articulation des compétences requises.**

## LA FRANCE, UNE TERRE ÉVÉNEMENTIELLE AU SAVOIR-FAIRE RECONNU



**Les compétences humaines, diplomatiques et organisationnelles composent l'attractivité française. L'organisation de la filière et le partage des rôles entre le secteur public et les entreprises privées a démontré son efficacité dans la compétition internationale :**

- Les institutionnels, aux premiers rangs desquels l'État, ses ambassades et ministères dédiés, les organes territoriaux (Comités et Offices du Tourisme et Congrès, services des collectivités territoriales, Chambres de Commerce et d'Industrie) et les organismes dédiés à l'animation des filières d'attractivité travaillent de concert sur la mise en place d'un écosystème porteur et sécurisé.
- Le secteur public coordonne ses actions avec l'ensemble des opérateurs privés que sont les propriétaires et gestionnaires de lieux d'accueil, organisateurs d'événements et prestataires. Le rôle des professionnels est de créer les contenus, accueillir et engager les publics et générer de la valeur pour tous (publics, marques, fédérations, territoires, Société).

### Des dispositifs d'accueil et d'encadrement performants :

- Les territoires mettent en place des dispositifs complets d'accueil, information, orientation et mobilité dédiés à la prise en charge des publics sur le territoire de destination.
- Afin de créer un lien fort entre le territoire et les publics, les acteurs événementiels s'appuient également sur ses « ambassadeurs locaux » qui s'impliqueront dans l'accueil et le bien-être des publics.
- Enfin, pas d'expérience globale sans maîtrise des protocoles de sûreté-sécurité, gestion technique des flux, encadrements médicalisés, sanitaires... prouvant ainsi le professionnalisme des entreprises du secteur.

## FOCUS 1 : L'ÎLE-DE-FRANCE, UN CHAMPION INTERNATIONAL ET MOTEUR DE L'ATTRACTIVITÉ FRANÇAISE :

### Un territoire événementiel à ses infrastructures...

- ▶▶ 700 000m<sup>2</sup> de surfaces expositions – plus grande superficie en Europe
- ▶▶ 22 sites d'exposition et congrès d'attrait international
- ▶▶ 122 000 chambres hôtelières pour le Grand Paris : 3<sup>e</sup> mondial derrière le Grand Londres (155 000) et New York City (123 000)

### Une activité majeure liée aux rencontres professionnelles et scientifiques...

- ▶▶ 446 salons grand public et professionnels pour :
  - 9,4 millions de visiteurs
  - 108 000 entreprises exposantes (année 2018 – année record) dont 33 280 étrangères
- ▶▶ 1 192 congrès accueillis pour plus de 882 000 congressistes
- ▶▶ Les nuitées d'affaires (salons, congrès, événements corporate et voyage d'affaires) représentent 49% de la fréquentation des hôtels

### ... qui positionne la destination comme un fleuron économique et industriel mondial...

- ▶▶ Paris leader mondial de l'accueil des salons de + de 500 exposants devant Tokyo, Las Vegas, Shanghai et Moscou / également leader en nombre de visiteurs (5,1 millions)
- ▶▶ En nombre d'exposants accueillis :
  - leader mondial sur les salons dont la thématique est l'agriculture-alimentation et la défense
  - 3<sup>e</sup> place sur les salons de santé-beauté
  - 8<sup>e</sup> place dans le secteur du luxe et de la mode
- ▶▶ En nombre de visiteurs accueillis :
  - Leader mondial sur les salons transport-aéronautique
  - 2<sup>e</sup> place sur l'agriculture-alimentation, luxe-mode et défense

### ... et une place mondiale de la création d'intelligence et de savoirs pour les filières, territoires et Société

- ▶▶ Paris est 1<sup>re</sup> mondiale au classement ICCA sur les congrès internationaux en 2019
- ▶▶ 3 congrès se tiennent en moyenne chaque jour à Paris
- ▶▶ Les congrès médicaux (352) et technologiques (142) sont les deux thématiques les plus accueillies à Paris
- ▶▶ 32% des congressistes sont des délégués étrangers

## FOCUS 2 : DES RÉGIONS FRANÇAISES QUI ACCUEILLEN ET DÉVELOPPENT AUSSI DES ÉVÉNEMENTS D'AMPLEUR QUI FONT LA RENOMMÉE DE LA DESTINATION FRANCE

### Des événements grand public et professionnels au rayonnement international parmi lesquels :

- ▶▶ Festival de Cannes
- ▶▶ MIPIM à Cannes
- ▶▶ SIMODEC à La Roche sur Foron
- ▶▶ SIRHA à Lyon
- ▶▶ Festival du Film américain de Deauville
- ▶▶ Le Jumping International de Bordeaux
- ▶▶ La Foire Agricole de Châlons-en-Champagne
- ▶▶ Vinexpo Bordeaux
- ▶▶ Le Festival d'Angoulême
- ▶▶ La Route du Rhum
- ▶▶ Le Vendée Globe
- ▶▶ Des courses de cyclisme : Tour de France, Paris Roubaix, Paris Nice,...
- ▶▶ Les 24H du Mans
- ▶▶ Grand Prix de France du Castellet
- ▶▶ CFIA Rennes
- ▶▶ SPACE Rennes
- ▶▶ Micronora à Besançon
- ▶▶ ...

**L'attractivité et la progression des métropoles françaises se mesure aussi sur le segment des congrès internationaux : Lyon 41<sup>e</sup> au niveau mondial, Nice 79<sup>e</sup>,... qui font de la France une destination leader.**



## TÉMOIGNAGE

### Crise : Réinventer l'art de recevoir, de rassembler et d'organiser, par Pierre-Henri Guignard, ambassadeur, ancien secrétaire général de la COP 21



L'accord de Paris, adopté le 12 décembre 2015 au Bourget, est l'un des marqueurs diplomatiques et environnementaux de notre temps. Premier accord universel pour contrôler les dérèglements climatiques, il a été le résultat de négociations ardues sous la direction de Laurent Fabius, d'une part, et du succès d'une conférence onusienne hors normes, d'autre part. Auprès du ministre des Affaires étrangères, mon rôle a consisté, entouré par une équipe à la hauteur du défi, à mettre la forme au niveau du fond afin que les 35 000 négociateurs, représentants des organisations internationales et acteurs de la société civile parviennent, sous l'œil de milliers de journalistes, au cours d'un marathon de plus de deux semaines, au résultat satisfaisant que nous connaissons : la COP 21 a été un immense succès pour notre pays.

Le résultat final a mis en évidence le savoir-faire de l'événementiel français.

Notre pays a mis toute son expérience dans l'organisation de la COP 21 dans un contexte inédit. Je suis convaincu qu'il saura être l'un des premiers à réinventer l'art de recevoir, de rassembler et d'organiser dans un autre contexte exceptionnel.

Paris est un hub mondial, notre pays dispose d'atouts uniques et nos entreprises ont les moyens de créer les conditions responsables de l'organisation de grands événements sans mettre en danger notre population d'abord et les participants

ensuite. Le 11 septembre 2001 a profondément et durablement transformé notre façon de voyager ; la crise de la Covid-19 doit nous permettre de revoir de fond en comble notre façon de nous réunir sans renoncer à ce que la France peut apporter d'unique, sans renoncer à notre tradition d'accueil et sans renoncer à la mise en présence des participants qui restera irremplaçable ; le virtuel ne pourra pas se substituer éternellement au présentiel. Mais le présentiel doit s'adapter : il doit garantir la sécurité de tous et prendre en compte l'aspiration environnementale des citoyens et des consommateurs. C'est vrai, c'est une équation complexe à réduire.

Combien de fois ai-je entendu mes interlocuteurs me dire que notre concept d'aménagement, de circulation ou de restauration était « impossible » ? Et pourtant, nous l'avons fait. Je sais que demain, parce que nous croyons à un monde ouvert, nous serons capables, progressivement, ensemble, d'imaginer les nouvelles règles de l'événementiel, qu'il soit commercial, professionnel ou diplomatique. La survie de tout un secteur en dépend, celle aussi du transport aérien, de l'hôtellerie et de la restauration. Déjà, les circonstances ont fait évoluer au fil des années l'industrie des grandes manifestations et des événements : ne subissons pas le changement, anticipons dès maintenant la prochaine révolution et montrons que la France et l'Europe restent compétitives et pionnières dans ce domaine où elles excellent.

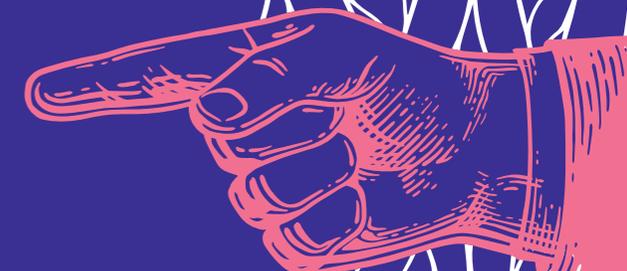
## CONCLUSION : UN SAVOIR-FAIRE HUMAIN ET TECHNIQUE À PRÉSERVER ET RENFORCER

Une compétition internationale féroce et un contexte économique tendu impliquent l'impératif de ne pas perdre cet atout français, notamment en vue des grandes compétitions internationales (Coupe du Monde de Rugby en 2023 et Jeux Olympiques et Paralympiques en 2024) mais aussi des grands événements tournants récurrents.

En parallèle du nécessaire soutien attendu des pouvoirs publics pour sa préservation et valorisation, la filière événementielle regarde en face ses enjeux propres et investit pour :

- ▶ Moderniser en permanence ses formats d'événement, services et infrastructures pour répondre aux attentes des publics, partenaires et sponsors (expérience, digitalisation, responsabilité, contenu, sécurité,...),
- ▶ Améliorer ses processus de production, pilotage et gestion des ressources,
- ▶ Développer des stratégies de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) à la hauteur des mutations en cours,
- ▶ Tisser des liens avec d'autres intelligences venues de l'univers de la recherche, milieu étudiants, d'autres professions... ,
- ▶ Continuer d'acquérir de nouvelles compétences métiers,
- ▶ Informer sur ses missions, son rôle d'élément déclencheur et outil global au service de tous.

**Une filière qui a une grande conscience de son identité et des apports de ses métiers au niveau sociétal, transformationnel et économique.**



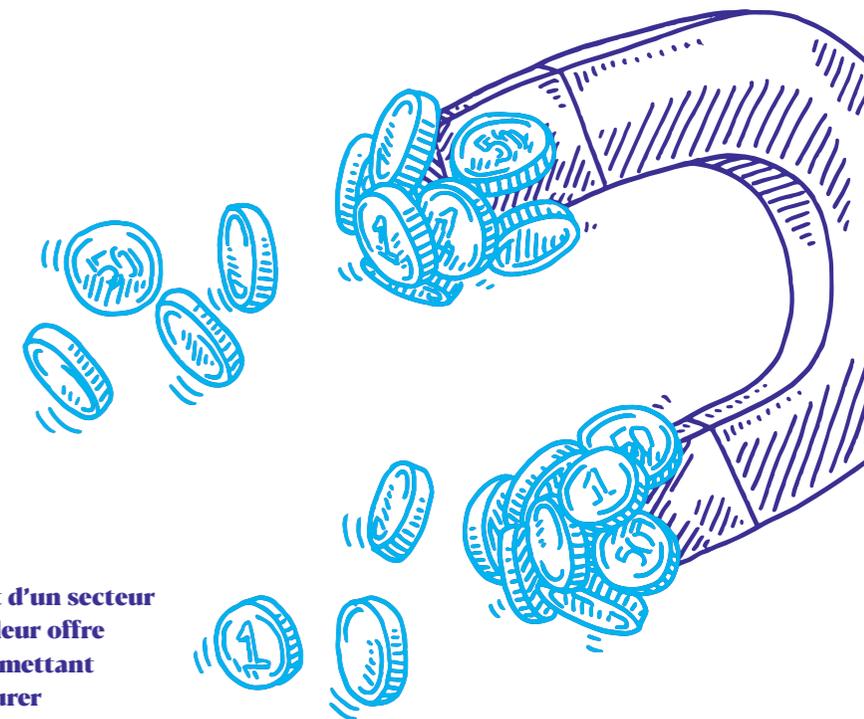


# LES ÉVÉNEMENTS, CRÉATEURS DE RICHESSES MULTIPLES

## Les événements, leviers de l'économie française

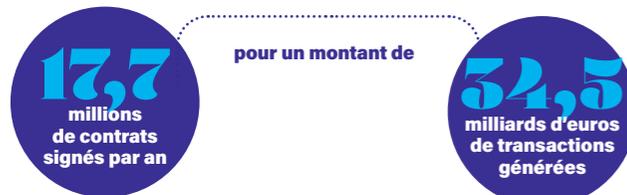
Les événements sont des révélateurs de l'état d'un secteur et de ses projets d'avenir. Par l'ensemble de leur offre de services, ils sont des Réseaux Sociaux permettant à l'ensemble des parties prenantes de structurer leurs rapports commerciaux et réflexions intellectuelles. Par sa fréquence espacée dans le temps qui le rend rare, l'événement devient alors le point d'orgue de la vie de sa communauté, le point culminant qui rendra visible l'état des forces en présence et marquera une nouvelle étape dans le cycle de vie de ladite communauté.

Des caractéristiques qui font des événements, et notamment des foires et salons, de puissants leviers d'affaires.



# LES ÉVÉNEMENTS, ET NOTAMMENT LES FOIRES ET SALONS, DE PUISSANTS OUTILS AU SERVICE DES STRATÉGIES D'ENTREPRISES

**Levier de business important et pérenne dans le temps pour toutes les entreprises, françaises et internationales, exposant sur les salons et foires en France**



(1/4 pendant et 3/4 après),

- ▶▶ Retour sur Investissement, de 2€ en sortie de manifestation et 8€ jusqu'à 10 mois plus tard,
- ▶▶ 84% des entreprises exposantes réalisent des transactions,
- ▶▶ Au total, les entreprises participantes réalisent 7% de leur CA annuel grâce aux foires et salons (12% pour les PME),
- ▶▶ Le premier critère de participation est la prospection de nouveaux clients > levier de conquête de nouveau business pour les entreprises.

**Un outil au service du savoir-faire français et son export à l'international**

- ▶▶ Véritable vitrine à l'international des secteurs les plus porteurs, les salons internationaux structurent et valorisent les grandes filières économiques françaises. Ils sont un puissant tremplin vers l'exportation. C'est bien souvent la réponse la plus adaptée et accessible aux ambitions des PME à l'international, pour rencontrer sur une courte période un nombre important de clients, fournisseurs, sous-traitants, ou partenaires étrangers,
- ▶▶ 51% des exposants réalisent au moins 1 affaire avec un client étranger,
- ▶▶ 120 000 entreprises françaises sont exportatrices (source Business France) et 1/6 le sont grâce aux foires et salons.

**Un outil marketing utilisé et plébiscité par les entreprises, principalement les TPE, PME et startups :**

- ▶▶ 42 000 entreprises participent en moyenne 5 fois par an à des foires et salons,
- ▶▶ Sur le territoire francilien, des habitudes qui montrent la place des salons dans le quotidien des affaires
  - 55% des PME visitent au moins 2 salons par an,
  - 80% des ETI/grands groupes visitent au moins 2 salons par an,
- ▶▶ 86% des exposants ont moins de 50 salariés et 60% moins de 10 salariés,
- ▶▶ Pour 29% des entreprises exposantes, les foires et salons sont l'outil de développement commercial avec le meilleur ratio coût/efficacité, devant internet (25%), le RDV commercial 1to1 (22%), le marketing direct (13%), les événements spécifiques (7%) et la publicité dans les médias traditionnels (4%).



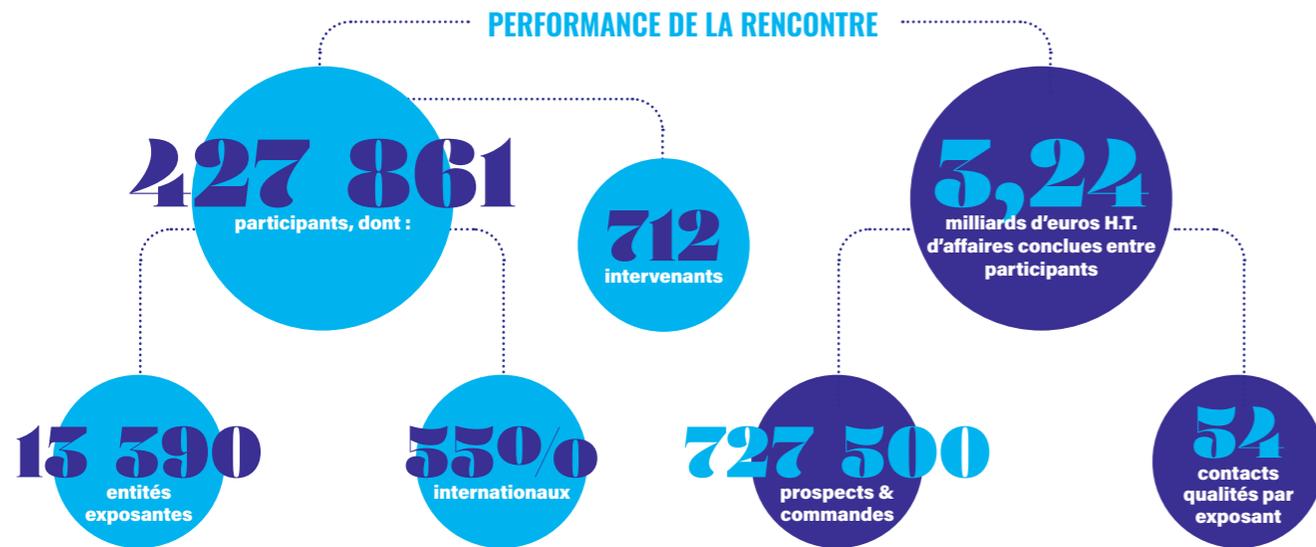
## À L'ÉCHELLE CONSOLIDÉE DE FILIÈRES INDUSTRIELLES FRANÇAISES :



Les salons servent au niveau global le développement des filières industrielles. Parmi les atouts industriels compétitifs de la France au niveau international :

### Panorama événementiel 2018 de la filière mode et design

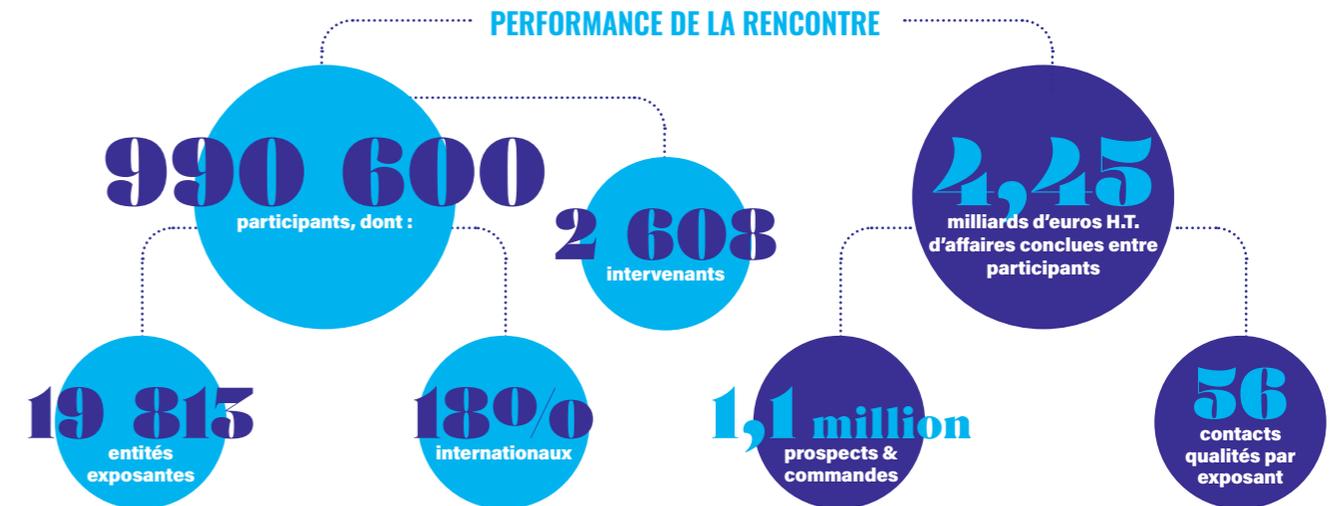
13 salons\* de la filière mesurent leurs impacts socio-économiques et environnementaux pour les entreprises, filières et territoires (reporting Cleo estimé consolidé)



\* BIJORHCA, DENIM PREMIERE VISION, INTERFILIERE, MAISON & OBJET, PREMIERE VISION, SALON INTERNATIONAL DE LA LINGERIE, UNIQUE BY MODE CITY, WHO'S NEXT

### Panorama événementiel 2018 de la filière alimentation

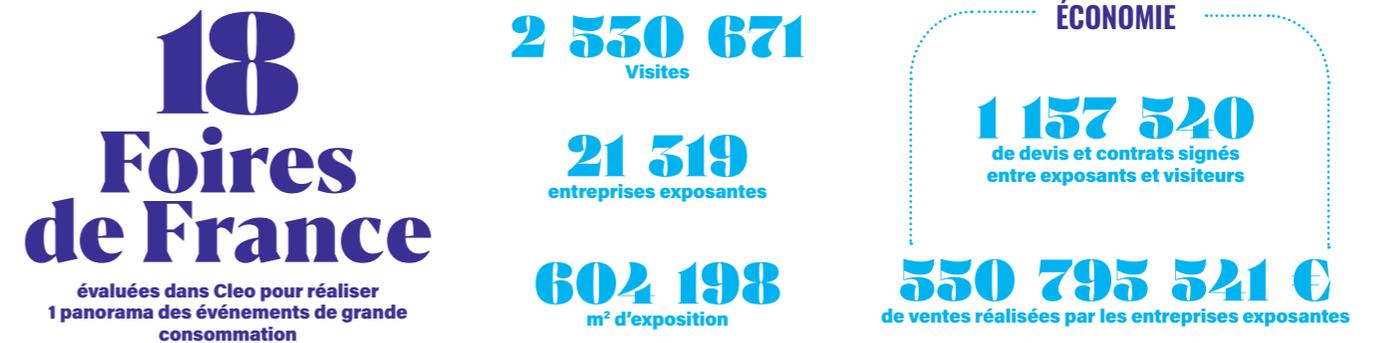
22 salons\*\* de la filière mesurent leurs impacts socio-économiques et environnementaux (reporting Cleo estimé consolidé)



\*\* CFIA, CHOCOLAT & GOURMANDISES, EGAST, EQUIPHOTEL, EUROPAIN, HORESTA, M.A.D.E, OMNIVORE, PARIZZA, SANDWICH & SNACK SHOW, SERBOTEL, SIAL, SIRHA, SIRHA GREEN, SMAHRT, SOMMET DE L'ELEVAGE, VINS DES VIGNERONS INDEPENDANTS DE LILLE, LYON, PARIS ET STRASBOURG, VINS & TERROIRES

### À l'échelle des territoires et de leurs tissus économiques :

Les Foires de France\*\*\*, événements commerciaux et festifs historiques valorisant les produits des territoires, sont également de vraies places de marché pour les entreprises des territoires

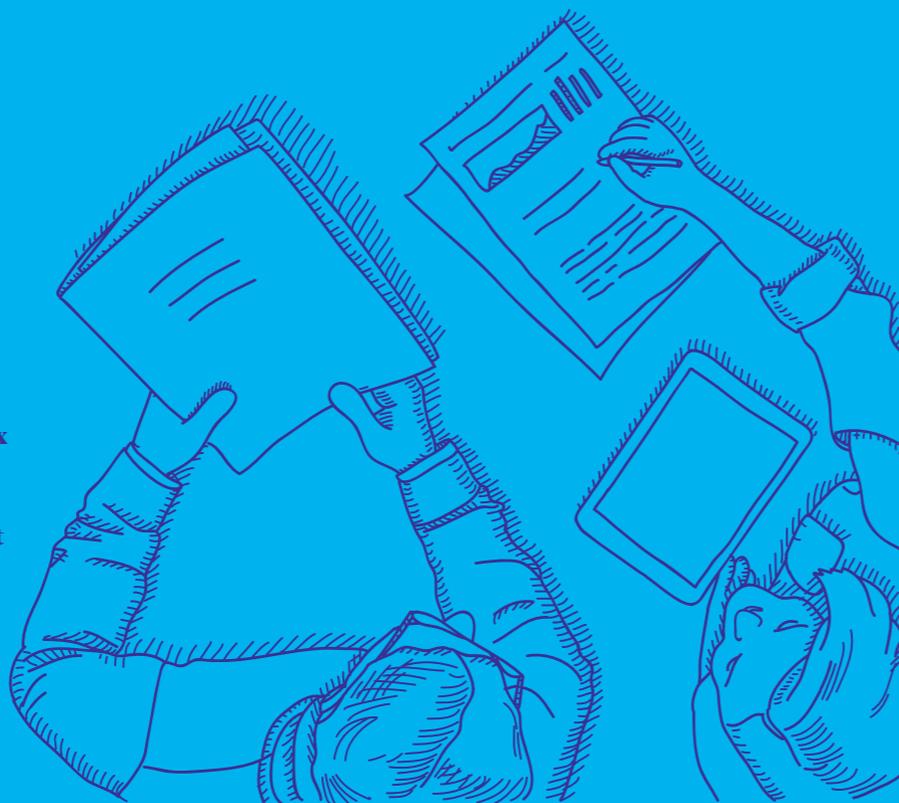


Les foires et salons sont les hubs commerciaux et médiatiques par excellence de notre tissu industriel et de services

\*\*\* FOIRES DE BESANÇON, BORDEAUX, CLERMONT-COURNON, COLMAR, GRENOBLE, LA ROCHE-SUR-FORON, LYON, MARSEILLE, MONTPELLIER, NANCY, NANTES, NICE, ORLÉANS, PARIS, ROMANS-SUR-ISÈRE, ROUEN, TARBES, TOULOUSE.

# Les événements et sites événementiels, leviers de la vie économique, technologique et sociale des territoires

Plateformes universelles de rassemblement, le site événementiel et l'événement sont un instrument privilégié de développement des actifs matériels et immatériels du territoire, en contribuant à la dynamisation et à la valorisation des atouts locaux, régionaux ou internationaux selon les enjeux de compétition dans laquelle est engagé chaque territoire. Le site et l'événement ont alors toute leur place dans le développement et la conduite d'une politique d'attractivité du territoire.



## LES RETOMBÉES LIÉES À L'ACTIVITÉ ÉVÉNEMENTIELLE

**Retombées économiques pour les entreprises qui œuvrent à la réalisation de l'expérience événementielle**



**Retombées médiatiques et « capital immatériel »**

- ▶ Les événements rendent visibles leurs territoires auprès des parties prenantes économiques et sociales de la Société, devenant un facteur d'attractivité fort. Ils permettent aux territoires de bénéficier d'une valorisation de leur tissu économique, culturel, social, éducatif, scientifique,
- ▶ Les événements permettent aux territoires de s'incarner aux travers de marques événementielles fortes auprès de publics extérieurs ne les connaissant pas nécessairement. Ils deviennent alors constitutifs de l'identité territoriale.

**Retombées en infrastructures territoriales et « capital matériel » qu'ils stimulent et laissent en héritage**

- ▶ Des infrastructures de mobilité (nouvelles gares, métros, accès,...),
- ▶ Des établissements commerciaux (hôtels, restaurants, boutiques,...),
- ▶ Des pôles de développement (pôles de compétitivité, instituts de formation, programmes de recherche et d'enseignement supérieur,...),
- ▶ Des équipements collectifs (culturels, sportifs, loisirs...).

**Retombées sur les emplois indirects**

- ▶ Sur un plan quantitatif, les événements permettent de pérenniser une série d'emplois saisonniers (notamment touristiques) grâce au lissage annuel de l'activité,
- ▶ Sur un plan qualitatif, la pérennisation de cette activité permet l'acquisition durable de compétences professionnelles qui rejaillissent alors sur l'accueil et les services bénéficiant à l'ensemble des publics (résidents, touristes, professionnels,...).

## RÔLE DE L'ÉVÉNEMENT ET DE L'ÉQUIPEMENT DANS LA VIE DE LA CITÉ



**Par cette mise en dialogue des citoyens, associations, institutions, entreprises, politiques, médias, influenceurs,... les événements sont de véritables Réseaux Sociaux physiques ancrés dans leur territoire, actifs durant le temps de l'événement qui devient le point culminant et énergisant, mais aussi toute l'année par les nouvelles stratégies digitales mises en place pour maintenir les relations.**

### Animer le vivre ensemble

- ▶ Les événements créent un effet booster important pour la vie d'un territoire et le positivisme d'une société, l'attachement des résidents à leur territoire,...
- ▶ Ils attirent des publics, touristes, excursionnistes venus d'ailleurs et créent les conditions de la mixité et de l'enrichissement mutuel,
- ▶ Les événements font partie de la vie des français :
  - 90% ont participé à une activité événementielle au cours des 3 dernières années,
  - 93% ont ressenti un manque durant la période de confinement et d'arrêt des activités liée à la Covid-19,
- ▶ Les événements, notamment sportifs, ont un effet sur le lien social en générant des moments de joie et partage. Ils incitent aussi, par effet d'entraînement, à la pratique sportive individuelle ou en club et à la création de nouvelles communautés sociales.

### Les sites événementiels sont des laboratoires de nouvelles pratiques urbaines et économiques responsables

- ▶ **Par leur fonctionnement technique :**
  - Espace d'expérimentation pour les innovateurs de tout domaine (mobilité, développement durable,...),
  - Test de nouvelles solutions matérielles et logistiques créées par des startups,
  - Espace d'expérimentation,
  - Outil de gestion des ressources énergétiques des bâtiments,
  - Mutualisation des parkings pour d'autres activités, installation de panneaux solaires, toits accueillant des fermes urbaines,
  - Partenariats avec des banques alimentaires pour mettre à disposition le surplus lié aux événements,
  - ...
- ▶ **Par leur contenu créé :**
  - Dispositifs de captation, soutien et création d'événements sur de nouvelles thématiques adaptées aux enjeux sociétaux,
  - Dispositifs d'expérimentation (incubateurs, programmes spécifiques,...),
  - Dispositifs d'observation et gestion des publics via les nouvelles technologies,
  - Dispositifs de traitement et sécurisation des données collectées, d'analyse des informations et de production de savoirs permise par l'événement.



## FOCUS :

# DES SAVOIR-FAIRE ET COMPÉTENCES AU SERVICE DE LA SOCIÉTÉ

### Des métiers agiles, efficaces et de haut niveau de compétence :

- ▶ Les événements forment à un ensemble de compétences utiles à la Société : métiers de l'accueil, du transport, de la sécurité, de la restauration, du design, de l'artisanat et manutention, du digital,...
- ▶ Ils sont soumis à de fortes contraintes qui les poussent à l'excellence :
  - Rythme événementiel ;
  - Réponse aux appels d'offre pour remporter l'accueil ou l'organisation d'événements ;
  - Gestion de l'ensemble des données numériques (visiteurs, clients, partenaires,...) de manière responsable au regard des règles européennes liées au RGPD.
  - ...
- ▶ Enfin, et malheureusement, ils subissent souvent les effets du climat social et politique qui les obligent à toujours plus d'agilité et de résilience :
  - Attentats > création de nouvelles procédures de sécurité et compétences métiers ;
  - Crise de la Covid-19 > création de nouvelles offres digitales, établissement de référentiel et label sanitaire élaboré avec des organismes certificateurs indépendants,...
  - Phénomènes sociaux (grèves, gilets jaunes,...) > création de dispositifs de mobilité, prise en charge des publics,...

# Les événements, leviers de la transformation des modèles et incubateurs du savoir-faire français

**Par leur pouvoir de réunions d'acteurs multiples, scientifiques, inventeurs, entrepreneurs et chercheurs, les événements sont des maîtres d'œuvre au service de l'objectif d'innovation de leurs publics.**



## DES LIEUX AU BÉNÉFICE DU SAVOIR INDUSTRIEL ET SCIENTIFIQUE

### Les événements sont des laboratoires vivants permettant aux entreprises de tester leurs produits et d'affiner leur stratégie R&D :

- ▶▶ par les conférences et discussions organisées grâce au design événementiel,
- ▶▶ par les espaces de tendances et d'inspiration,
- ▶▶ par des dispositifs d'innovation spécifique capitalisant sur la richesse des interactions humaines (ateliers collectifs, hackathon,...)
- ▶▶ Des plateformes médiatiques de lancement de nouveaux produits auprès de clients et grand public, d'avancées techniques et technologiques,...
- ▶▶ Par leur rôle de plateformes médiatiques lors de lancement de nouveaux produits auprès de clients et du grand public, la mise en avant d'avancées techniques permises par le contenu de l'événement,...

## DES LIEUX AU BÉNÉFICE DES ACTEURS DE LA SANTÉ

### Certains événements professionnels, dont les congrès médicaux, sont les retrouvailles régulières du corps médical pour :

- ▶▶ Présenter les résultats de travaux menés en amont,
- ▶▶ Réaliser en direct des premières médicales, profitant ainsi de l'effet multiplicateur de l'événement pour en médiatiser la réalisation,
- ▶▶ Créer les moyens de la discussion et coopération entre chercheurs pour leur permettre de travailler ensemble,
- ▶▶ Financer, grâce à l'argent généré par le congrès, de futures études médicales et ainsi faire avancer la science,
- ▶▶ Un exemple fameux : ESC Cardio 2019 (Paris Convention Centre – 33 000 cardiologues du monde entier). En parallèle du programme principal du congrès :
  - lancement du « heart healthy cities round table » en partenariat avec la Société Française de Cardiologie et la ville de Paris > volonté de sensibiliser les villes à prendre des mesures pour baisser les risques d'accidents cardio-vasculaires en situation urbaine,
  - lancement du ESC's patient forum, avec une campagne publique sous la forme d'un événement organisé le samedi et dimanche (Heart Village) sous la logique de l'éducatif.



Même si le secteur de l'événementiel a su démontrer sa capacité d'adaptation car c'est sa raison d'être, bien que la virtualisation de nombreux congrès ou un format hybride mêlant présentiel et numérique soit inéluctable sur le long terme pour faire face aux autres crises qui émailleront notre futur (sanitaires, politiques, climatiques etc), la dimension humaine d'un congrès scientifique ne peut être rayée en un décret.

Que ce soit pour rencontrer leurs pairs, recruter de nouveaux talents, consolider des liens existants, promouvoir leurs derniers travaux scientifiques auprès de leurs pairs, de l'industrie de la santé ou des médias, comparer avancées, inquiétudes, inégalités,... des milliers de discussions ont lieu hors de la salle de conférence. C'est aussi un

rendez-vous annuel qui rythme leur calendrier, avec un aspect culturel et touristique, qui de plus a le mérite de booster l'économie d'une ville (retombées de plus de 120 millions d'euros générés par le congrès ESC).

Le participant, dans notre cas un professionnel de la santé dans le domaine hospitalier, ne se rend pas seulement à un congrès pour la partie théorique, qui pourra certes être numérisée, mais surtout pour les contacts et échanges, lors de ces quelques jours hors de l'hôpital, loin des patients, où elle/il peut se focaliser sur sa carrière grâce à la présence de toute sa profession et devenir un acteur pro-actif dans la lutte contre ce fléau : 45% de la mortalité annuelle est due aux maladies cardio-vasculaires, soit 5.8 millions de personnes en Europe pour un coût annuel de 210 milliards d'euros.

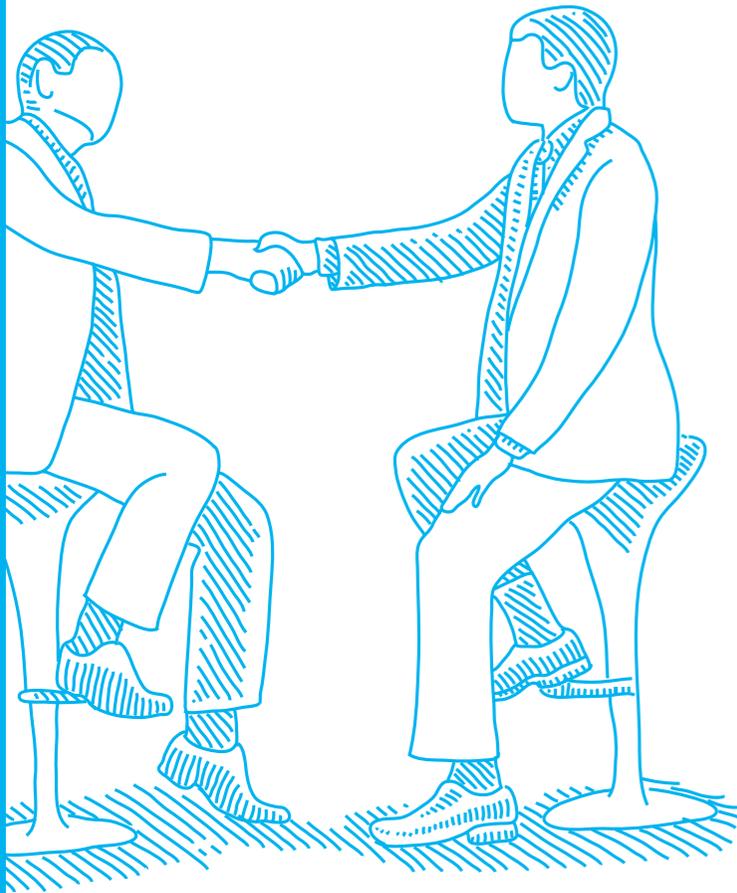
ISABEL BARDINET,  
CEO DE LA EUROPEAN SOCIETY OF CARDIOLOGY



### Les événements sportifs, qui ont un effet d'entraînement sur la pratique individuelle et en club, sont aussi des acteurs importants d'une santé globale :

- ▶▶ Les grandes performances sportives récentes (football, handball, judo,...) génèrent, par leur aspect émotionnel, une hausse de la pratique (vocations).
- ▶▶ Activité qui contribue à l'amélioration de la santé physique et psychique ou au développement des relations sociales car :
  - La santé, la détente et l'amusement sont les premiers motifs des sportifs (devant la compétition),
  - 10,3 millions de licenciés de plus de 15 ans en 2018 pour 32,5 millions de pratiquants (61% des FR ont une activité physique (+7 VS 2012),
  - Augmentation de +13% (2009 > 2015) des 65 – 74 ans qui se mettent au sport pour des raisons de santé.

## DES LIEUX AU BÉNÉFICE DE NOUVELLES PRATIQUES CITOYENNES



### À un niveau collectif :

les rassemblements politiques, grandes conférences internationales (COP 21, Forum de la Paix...), sommets, conventions, salons, foires, congrès... sont autant de moments propices à débattre et découvrir de nouvelles pratiques utiles au bien commun, par le thème même et la raison sociétale qu'ils mettent en avant (alimentation, enseignement, sécurité, mobilité,...)

### À un niveau individuel :

les événements diffusent du contenu permettant :

- ▶▶ l'apprentissage de tous sur des thématiques données,
- ▶▶ la remise en question sur ses pratiques et usages personnels de consommation,
- ▶▶ la transmission de savoirs aux publics toute l'année par des stratégies digitales,
- ▶▶ la découverte de nouvelles entreprises au sein des foires et salons qui intègrent les enjeux de Responsabilité Sociétale et Développement Durable (par leur mode de production, utilisation de circuit-court, engagement vis-à-vis de causes sociétales,...).

## FOCUS : LES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE 2024 EN FRANCE

Outre les retombées économiques, médiatiques et d'infrastructures pour le territoire français, les JOP ont bien l'ambition de laisser un héritage en termes de santé et lien social :

- ▶▶ Le CDES estime l'impact économique global entre 5,3 et 10,7 milliards d'euros sur la période 2017 / 2034 (pour l'industrie du tourisme et BTP notamment),
- ▶▶ Avoir un effet levier de +3M de pratiquants d'ici à 2024 et servir le développement des filières économiques,
- ▶▶ L'effet long terme sera analysé mais l'ambition affichée est claire :
  - Cohésion sociale
  - Modernisation des infrastructures
  - Santé publique
  - Levier business sur les TPE/PME de tous les secteurs concernés
- ▶▶ La Semaine Olympique et Paralympique est organisée chaque année depuis 2017 dans les écoles > quand la préparation même de l'événement devient un vecteur d'éducation,
- ▶▶ Création de plateformes Entreprises 2024 et ESS 2024 pour que des acteurs « nouveaux » puissent bénéficier des retombées > **quand la construction de l'événement devient un vecteur de nouvelles filières de savoirs et de l'économie sociale, solidaire et environnementale.**





# LA VALORISATION ET TRANSITION DE LA FILIÈRE ÉVÉNEMENTIELLE AU CŒUR DE NOTRE DÉMARCHE

## Les porteurs du Manifeste

**unimev**<sup>®</sup>  
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT

UNIMEV, Union Française des Métiers de l'Événement, est l'organisation professionnelle représentative de l'ensemble des acteurs de la rencontre événementielle. De la conception à la production en passant par l'hospitalité événementielle, elle rassemble toutes les spécialités de la filière – soit 90 % du marché en France.

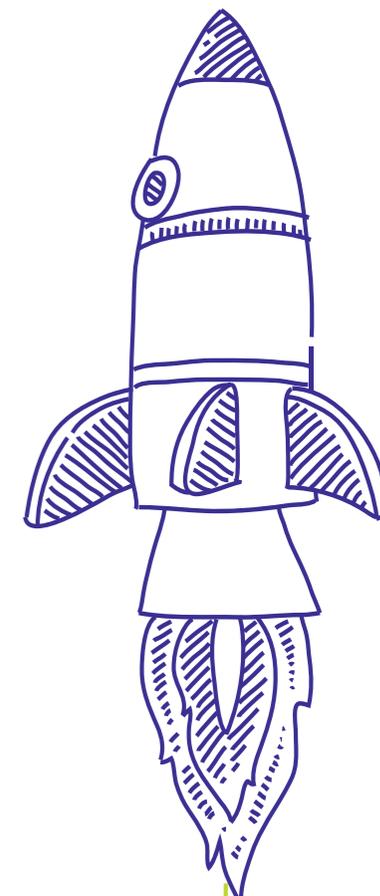
Les missions principales de l'association :

- ▶▶ Promouvoir l'utilisation des événements organisés professionnellement,
- ▶▶ Favoriser la mise en place d'un environnement porteur,
- ▶▶ Défendre les intérêts des acteurs de la profession,
- ▶▶ Offrir aux adhérents des services sûr mesure afin de les soutenir dans leurs activités, leur croissance et leur compétitivité.

Ses actions sont entièrement vouées à accompagner le développement et la professionnalisation des métiers de l'événement dans une démarche de qualité et d'excellence.

En étroite collaboration avec les pouvoirs publics, l'enseignement supérieur et ses associations partenaires, elle s'engage dans l'attractivité et la réinvention de ses métiers autour de l'innovation, de l'expérientiel et du durable.

- ▶▶ [www.unimev.fr](http://www.unimev.fr)



## LES PROFESSIONNELS DE L'ÉVÉNEMENTIEL

### MEMBRES D'UNIMEV

#### Ses adhérents

UNIMEV représente plus de 400 entreprises-membres, organisateurs de foires, de salons, de congrès et d'événements sportifs, gestionnaires de sites d'accueil et prestataires de services. Principalement des TPE/PME, l'Union compte aussi plusieurs champions internationaux. Elle accueille également en son sein des associations qui adhèrent en leur nom propre de façon à pouvoir faire

bénéficier à leurs adhérents des services exclusifs d'UNIMEV. Elles participent aux travaux de l'Union et siègent au Conseil d'Administration. C'est notamment le cas de Crealians, Fédération Française des Métiers de l'Exposition et de l'Événement qui fédère 108 entreprises spécialisées dans la conception, la fabrication et l'équipement des stands, des expositions et des événements.

# UNIMEV, levier de la transformation de la filière événementielle



## DES DISPOSITIFS POUR INNOVER ENSEMBLE

#### French Event Booster :

- ▶▶ French Event Booster est la plateforme d'innovation des acteurs de l'événementiel. Située au sein de Paris Expo Porte de Versailles, French Event Booster incube chaque année une promotion de startups proposant des produits et services en lien avec l'industrie de l'événementiel, favorise leur accès au marché, et leur permet de bénéficier d'un large champ d'expérimentation pour tester et affiner leur concept.
- ▶▶ Partenaires : Viparis, Novelty-Magnum, WeYou, Open Events, LEVENEMENT et UNIMEV.
- ▶▶ [www.frencheventbooster.com](http://www.frencheventbooster.com)

#### UNIMEV :

- ▶▶ Organisation régulière de réunions des Groupements & commissions : les différents métiers et compétences existants au sein de notre association se réunissent plusieurs fois par an pour aborder de nombreux sujets : bilans, visions du futur, enjeux d'innovation, projet d'actions partagées,...
- ▶▶ Congrès annuel UNIMEV « See You There » : thèmes prospectifs abordés depuis 10 ans en vue d'impulser la transition des modèles événementiels : éthique et développement durable, innovation, data, marque et capital immatériel, hybridation, engagement des publics, esthétique de la rencontre,...

# DES PASSERELLES AVEC LE MONDE INTELLECTUEL, SCIENTIFIQUE ET ACADÉMIQUE

## L'Innovatoire :

- ▶▶ L'Innovatoire est le laboratoire d'idées dédié à l'univers des Salons et de l'Événement, publiant des analyses produites par des personnalités venues de toutes les sphères de la société publique et professionnelle. Son objectif est d'être une ressource qui anticipe et détecte les signaux du changement, avec cette conviction que les Salons et Événements sont des plateformes dont l'ambition est de comprendre puis construire l'avenir.
- ▶▶ Partenaires : UNIMEV et le Comité des Expositions de Paris
- ▶▶ [www.linnovatoire.fr](http://www.linnovatoire.fr)

## Lien avec le monde académique :

- ▶▶ Universités et écoles :
  - Avec la volonté de faire connaître les enjeux de notre filière à la sphère étudiante au travers de l'enseignement permanent ou ponctuel, de faire produire du contenu innovant par les étudiants, de créer les conditions de l'emploi, UNIMEV structure des dispositifs et concours permettant la rencontre et l'émulation saine entre tous
  - Écoles partenaires : Sciences Po Paris, l'ICD Business School, ENSAAMA – Olivier de Serres, LéCOLE, L'EM Normandie, Excelia Group, IAE Lille, ISEFAC, IUT Saint-Denis – Paris 13, IUT de Belford-Montbéliard, EFAP, Esthua Angers, OME, ...
- ▶▶ Ouvrage rédigé par un sociologue (Bertrand Pulman) publié aux Editions Dunod et intitulé « Les Salons, rencontres et surprises »,
- ▶▶ Recherche sur le marketing expérientiel :
  - Depuis 2016, une recherche académique est conduite par Laura Litre-Valentin, doctorante, sur le thème de l'expérientiel dans l'événementiel, dans le cadre du Professorship ESCP-VIPARIS-UNIMEV. L'objectif est de développer une nouvelle science, à la fois théorique et applicative, et de prouver la puissance immatérielle des rencontres événementielles. En tant qu'instruments rituels fortement engageants mais reconceptualisés, les événements ont le pouvoir de faire transiter les écosystèmes et de transformer les individus.
  - Partenaires financeurs de la recherche académique : VIPARIS, ESCP Business School, UNIMEV, Eurovet, Hopscotch, Congrès et Expositions de Bordeaux et FG Design.

# FOCUS : LA RSE, CLÉ DE VOUTE DE LA STRATÉGIE DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE



## Embarquer la filière événementielle dans une stratégie de durabilité, de responsabilité et d'éthique, c'est l'accompagner à relever cinq défis majeurs de réinvention :

- ▶▶ attractivité de la marque employeur et embarquement des collaborateurs des entreprises événementielles ;
- ▶▶ production événementielle exemplaire ;
- ▶▶ éducation et sensibilisation des publics d'événement aux gestes éco-responsables ;
- ▶▶ développement durable et structuration à long terme des écosystèmes animés par les événements (entreprises, filières, communautés d'acteurs, territoires) ;
- ▶▶ héritage (impacts indirects matériels et immatériels des événements).

## UNIMEV a déployé depuis 2010 quatre dispositifs d'accompagnement :

- ▶▶ L'animation de commissions et groupes de travail structurés (politique générale, veille, observations, échanges, outils, méthodologies).
- ▶▶ La norme internationale ISO 20121 (2012) de management responsable des activités événementielles (instrument de pilotage RSE et de reconnaissance des activités événementielles engagées).
- ▶▶ Le Calculateur Cleo de performance événementielle (2016), développé en partenariat avec le Comité Régional du Tourisme Paris Region (outil de valorisation et de pilotage RSE par la production de reportings d'impact marketing, territorial et environnemental de l'activité événementielle – 330 événements évalués à ce jour). [www.lecalculateur.fr](http://www.lecalculateur.fr)
- ▶▶ L'Engagement pour la Croissance Verte (2020), visant à formaliser avec l'État la volonté du secteur de l'événement de s'ancrer durablement dans une dynamique d'économie circulaire et d'en co-construire avec les pouvoirs publics les modalités économiques, techniques et réglementaires (éco-conception des manifestations, gestion durable et responsable des ressources secondaires et des déchets).

# Méthodologie du Manifeste

## RESSOURCES DOCUMENTAIRES PRODUITES ET CO-PRODUITES PAR UNIMEV

- ▶▶ Event Data Book UNIMEV : chiffres, analyses et tendances de la filière événementielle en 2018, réalisé sur la base de données OJS, UNIMEV
- ▶▶ Étude nationale sur les retombées économiques et sociales directes et indirectes des foires et salons en France, conduite en 2011, en partenariat avec CCI Paris Ile-de-France, Comité des Expositions de Paris, UNIMEV, OJS, France Congrès, Ministère de l'Économie, Viparis, Atout France.
- ▶▶ Étude nationale sur les retombées économiques et sociales directes et indirectes des congrès en France, conduite en 2012, en partenariat avec CCI Paris Île-de-France, Comité des Expositions de Paris, UNIMEV, OJS, France Congrès, Ministère de l'Économie, Viparis, Atout France, Office du Tourisme et des Congrès de Paris.
- ▶▶ Étude nationale sur les flux d'affaires générés grâce aux foires et salons en France, conduite en 2014-2015, en partenariat avec le Ministère de l'Économie, CCI Paris Île-de-France, UNIMEV, OJS, Comité des Expositions de Paris.
- ▶▶ Étude nationale sur les retombées économiques et sociales directes et indirectes des événements d'entreprise et d'institution, conduite en 2019, en partenariat avec Atout France, les organisations professionnelles UNIMEV et LÉVÈNEMENT, l'Office du Tourisme et des Congrès de Paris (OTCP), la Direction Générale des Entreprises (DGE) du Ministère de l'Économie et des Finances, la Banque des Territoires et le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE).
- ▶▶ L'Excellence événementielle française au service de la Candidature de Paris à l'accueil des Jeux Olympiques et Paralympiques de 2024, noté rédigée par UNIMEV en 2017.
- ▶▶ Panorama de retombées événementielles 2018 de la filière mode et design, réalisé sur la base de 13 reportings estimés et consolidés dans Cleo, le calculateur UNIMEV.
- ▶▶ Panorama de retombées événementielles 2018 de la filière alimentation, réalisé sur la base de 22 reportings estimés et consolidés dans Cleo, le calculateur UNIMEV.
- ▶▶ Le carnet de tendances événementielles présentant des pistes d'avenir pour la filière, réalisé en 2018.

## RESSOURCES DOCUMENTAIRES PRODUITES PAR D'AUTRES ORGANISMES, ADHÉRENTS ET PARTENAIRES D'UNIMEV

- ▶▶ Étude sur les foires et salons, 2018, Xerfi France,
- ▶▶ ICCA statistics report, Country & City Rankings – Public Abstract, 2019, ICCA,
- ▶▶ Les Français & la reprise des activités de divertissement, 2020, Ifop + Weezevent,
- ▶▶ Les salons en Île-de-France : un outil sous-exploité par les entreprises franciliennes ? 2018, CCI Île-de-France Paris,
- ▶▶ Tourisme d'affaires, édition 2019, CCI Île-de-France Paris,
- ▶▶ Tourisme d'affaires, édition 2015, CCI Île-de-France Paris,
- ▶▶ Étude Office de Tourisme et des Congrès de Paris 2019,
- ▶▶ VIPARIS : créateur d'expériences parisiennes, 2019, VIPARIS,
- ▶▶ Event Marketing : Benchmark and Trends Report, 2019, Bizzabo,
- ▶▶ Global Economic Significance of Business Events, 2019, Events Industry Council,
- ▶▶ La filière sport prend ses marques, 2020, Groupe BPCE.

## AUTRES RESSOURCES ET CONTRIBUTIONS

- ▶▶ Production intellectuelle des différents Groupements de métiers et Commissions d'UNIMEV
- ▶▶ Publications produites par l'Innovatoire, laboratoire d'idées prospectif dédié à l'univers des événements
- ▶▶ Contribution de Bertrand Pulman, Professeur de Sociologie et d'Anthropologie à la Sorbonne Paris Cité
- ▶▶ Contribution de Isabel Bardinnet, CEO de la European Society of Cardiology
- ▶▶ Contribution de Pierre-Henri Guignard, ambassadeur, ancien secrétaire général de la COP21
- ▶▶ Communiqués et articles de presse divers
- ▶▶ ouvrage publié aux Éditions Dunod « les Salons, rencontres et surprises » par Bertrand Pulman (2019)
- ▶▶ Contenu prospectif produit dans le cadre des Challenges Étudiants annuels d'UNIMEV
- ▶▶ Professorship ESCP Business School - VIPARIS - UNIMEV sur l'expérientiel dans l'événementiel (2020)

## UN COMITÉ DE RÉFLEXION ISSU DES INSTANCES D'UNIMEV QUI A PILOTÉ LA DÉMARCHE

### Représentant la sensibilité des lieux et territoires :

- ▶▶ Accor Arena
- ▶▶ COESIO (Association des villes francophones de congrès)
- ▶▶ DESTINATION NANCY
- ▶▶ GL Events
- ▶▶ Mandelieu la Napoule
- ▶▶ Provence Côte d'Azur Events
- ▶▶ VIPARIS

### Représentant la sensibilité des organisateurs d'événement dans leur pluralité :

- ▶▶ Comexposium
- ▶▶ Fédération Française de Tennis / Roland Garros
- ▶▶ Foire de Clermont-Ferrand
- ▶▶ GL Events
- ▶▶ Reed Expositions

### Représentant la sensibilité des prestataires de services :

- ▶▶ Créatifs
- ▶▶ Himalaya Expo
- ▶▶ Le LEADS (Association des designers d'espace et de stand)

### Rédacteurs et animateurs du Comité de Réflexion :

- ▶▶ Anthony Fauré, Directeur marketing et innovation d'UNIMEV, rédacteur en chef de l'Innovatoire - a.faure@unimev.fr
- ▶▶ Marie-Sophie Capelle, Responsable des études - ms.capelle@unimev.fr

**Prendre contact avec les permanents référents d'UNIMEV :**  
**Frédéric Pitrou**, Délégué Général - f.pitrou@unimev.fr  
**Vincent Larquet**, Directeur Stratégie - v.larquet@unimev.fr  
**Raphaële Neveux**, Directrice des Relations Institutionnelles - r.neveux@unimev.fr

[www.unimev.fr](http://www.unimev.fr)

Conception, création : Cithéa. - Crédits illustratifs : iStock

Impression : Graphiprint Management – Imprimé sur papier recyclé FSC



# LE MANIFESTE

Sur l'ensemble de la surface du globe et depuis des temps immémoriaux, le besoin de se réunir caractérise l'humanité. Du potlatch des indiens Kwakiutl, aux cérémonies des Aborigènes d'Australie, en passant par les rassemblements annuels des Inuits, la logique est la même. La rencontre, la multiplication des échanges et la réciprocité permettent de renforcer l'interdépendance entre les groupes. Claude Lévi-Strauss a montré que cette alliance est au fondement même d'une sociabilité pacifique, heureuse et mutuellement bénéfique.

## **Bertrand Pulman**

Professeur de Sociologie et d'Anthropologie  
à la Sorbonne Paris Cité  
Responsable du Master Santé, Maladie,  
Questions Sociales (EHESS - UP13)

11, rue Friant  
75014 PARIS

[www.unimev.fr](http://www.unimev.fr)

**unimev**<sup>®</sup>  
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÈNEMENT