

OCT. 2025



AGENCES & PARTENAIRES :
MIEUX TRAVAILLER ENSEMBLE !

— **AGENCES & FREELANCES**
GUIDE DE BONNES PRATIQUES



00

P. 06 | 07

INTRODUCTION

Qu'est-ce qu'un freelance
du secteur événementiel ?

Qu'est-ce qu'une agence événementielle ?

La relation agences - freelances

02

P. 24 | 33

LA RELATION DE CONFIANCE



01

P. 08 | 23

LA RELATION COMMERCIALE



Missionner un freelance

Les éléments de contractualisation

Exemples de bons usages contractuels

03

P. 34 | 37



LES ENGAGEMENTS

Des agences

Des freelances

— Dans un secteur en ↗ constante évolution, où la souplesse et la réactivité sont devenues des 🛠️ leviers incontournables de compétitivité, la relation 🤝 entre agences et freelances occupe aujourd’hui une place essentielle dans la réussite des projets événementiels 📅 sur lesquels ils sont mobilisés.

Fondée sur la complémentarité des expertises, elle mérite un cadre **clair, respectueux et équitable** pour révéler pleinement son potentiel. **Plus qu’une simple relation commerciale**, le contrat de confiance qui lie l’agence et le freelance est un engagement à un respect mutuel, à des pratiques de travail éthiques, et à une communication transparente.

C’est dans la volonté de construire des relations saines et durables que nos deux organisations, **L’ÉVÈNEMENT** et **Les Freelances De L’Événementiel**, ont souhaité unir leurs voix. Ensemble, nous avons co-rédigé ce **guide de bonnes pratiques**, fruit d’un dialogue constructif entre les agences et les freelances du secteur.

Beaucoup de points abordés dans ce guide relèvent du bon sens et ont pour objectif de faciliter leur transmission aux nouveaux acteurs et aux générations à venir.

Ce guide propose des engagements concrets, réciproques et applicables au quotidien. Il ne s’agit pas de règles figées, mais d’un socle commun de principes qui visent à encourager la confiance, la transparence et le respect mutuel. Il est bien entendu non-exhaustif et peut être enrichi par tout un chacun.

Nous croyons qu’une collaboration bien cadrée, basée sur l’écoute et la reconnaissance, est un **levier puissant** pour relever les défis créatifs, humains et organisationnels auxquels notre filière est confrontée.

À toutes celles et ceux qui font l’événement, côté agences et côté freelances, ce guide est le vôtre. Qu’il soit un outil de dialogue, de progrès et de coopération durable.

L’ÉVÈNEMENT & Les Freelances De L’Événementiel



— LA RELATION AGENCES- FREELANCES

Les agences de communication événementielle sont amenées à faire appel à un freelance dans plusieurs cas de figures, dont deux principaux : lorsqu'un projet nécessite une **expertise** qu'elles n'ont pas en interne ou lorsque qu'elles n'ont pas les **ressources** suffisantes avec leur seul effectif permanent.



QU'EST-CE QU'UNE AGENCE ÉVÉNEMENTIELLE ?

Les agences de communication événementielle sont des entreprises dont l'activité principale consiste à imaginer, concevoir et organiser des événements destinés à promouvoir une marque, une entreprise ou une institution.

Ces événements font appel à des compétences spécifiques et visent à créer un lien fort avec un public ciblé.

Leur objectif : renforcer l'image, la notoriété ou l'activité d'un client grâce à des expériences marquantes. Cela peut passer par la création de concepts originaux, la mise en place de dispositifs de communication ou la coordination complète de l'événement. En résumé, ces agences accompagnent les professionnels dans toutes les étapes de la mise en œuvre de leurs actions de communication événementielle.



QU'EST-CE QU'UN FREELANCE DU SECTEUR ÉVÉNEMENTIEL ?

Être freelance, c'est avoir la liberté de choisir ses clients et ses missions, en fonction de sa spécialisation et de sa disponibilité.

Certains freelances peuvent être amenés à exercer plusieurs **métiers** (128 différents métiers dans 8 secteurs d'expertise : artistique, captation, contenu, graphisme, logistique, production, production audiovisuelle, technique), sous différents **statuts** (salarié CDDU, intermittent du spectacle, auto-entrepreneur, micro-entrepreneur ou entrepreneur : SARL, EURL, SAS, SASU...).

LA RELATION COMMERCIALE

— La 🕒 relation entre agences et freelances doit être considérée comme un partenariat gagnant-gagnant, destiné à mener à la 👍 satisfaction du client final.

Afin de protéger cette relation, il est recommandé que celle-ci soit 📄 formalisée dès lors que l'agence événementielle décide de confier une 🎯 mission à un freelance.

Ce chapitre traite de la 😊 relation commerciale entre une agence et un freelance à toutes 📋 les étapes : la négociation, la contractualisation des prestations, le règlement et la prise en charge des frais €.

01 

Missionner un freelance

02 

Les éléments de contractualisation

03 

Exemples de bons usages contractuels

01

MISSIONNER UN FREELANCE



Le premier coup de fil :
L'agence fournit **un brief précis**, ses attentes en termes de durée et de livrables, le budget et le temps estimé pour la mission.



Le freelance évalue le temps nécessaire à la mission (ou le forfait) après avoir pris connaissance du brief.

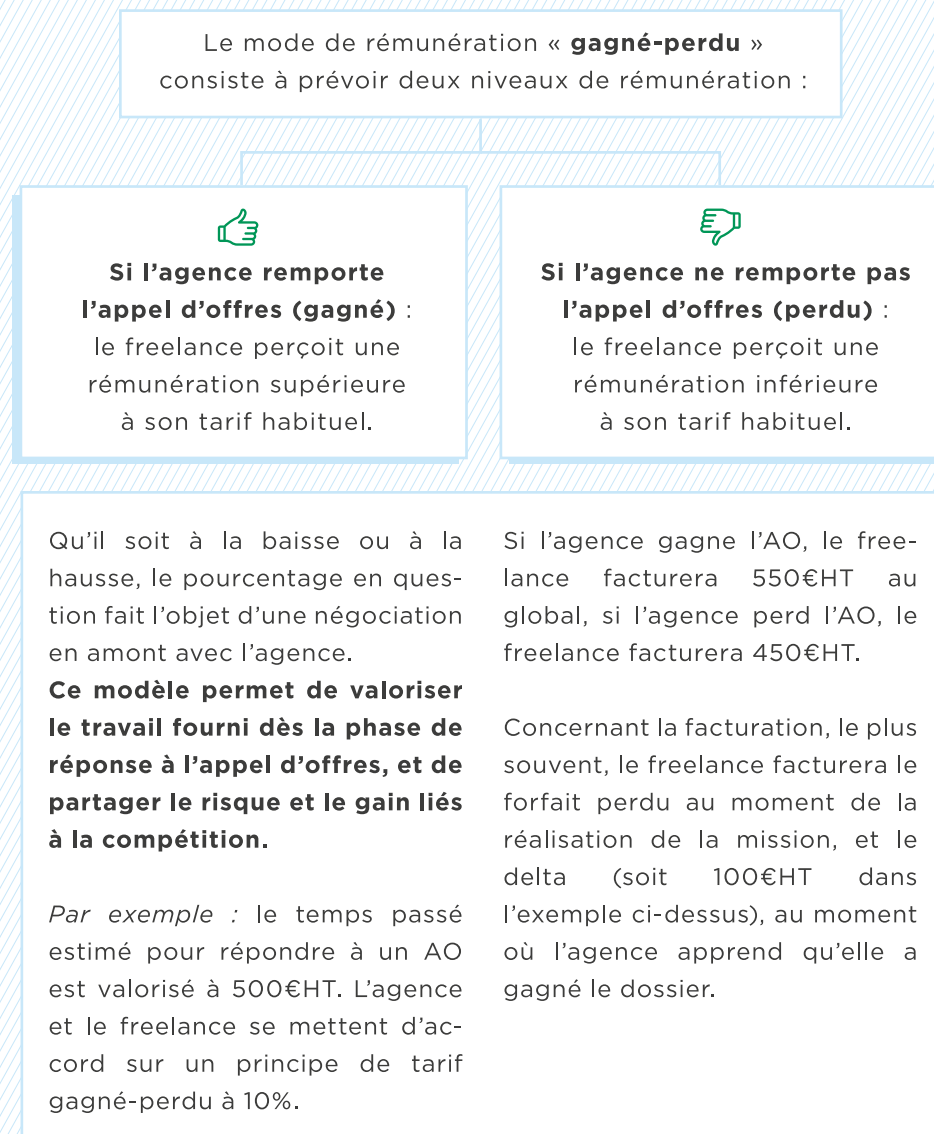


L'agence et le freelance s'entendent alors sur un tarif (ou salaire) et une durée de mission.

Chaque freelance fixe ses tarifs librement (prix jour/forfaits/accord appel d'offres gagné-perdu, etc.).



Le saviez-vous ?



02

LES ÉLÉMENTS DE
CONTRACTUALISATION

Le Freelance est
salarié ...

... intermittent,
CDDU

L'agence ouvre une Déclaration
Unique d'Embauche (DUE).

La DUE peut se faire ici :
www.due.urssaf.fr

... en portage
salarial

L'agence formalise la commande
(signature de devis, émission
d'un bon de commande).



Le Freelance n'est
pas salarié
(il émet une facture)

Il est recommandé au freelance
d'établir alors un **devis détaillé**
ou un contrat de prestation de
service mentionnant a minima :

- La **mission** et sa **durée**,
- Le **mode de facturation**
(forfait/temps passé et tarif
jour),
- La prise en charge de **frais**
ou **débours inhérents à la**
mission et,
- S'il y a lieu, la négociation
des **droits d'auteurs**,
- Les **conditions générales**
de vente (CGV) : délais de
règlement, conditions d'an-
nullation et de résiliation.

🕒 QUAND DÉBUTE LA MISSION ?



Si le contrat/devis précise une date de début.

La mission commence à la date indiquée dans le contrat/devis.

Si certains échanges ou préparatifs ont eu lieu avant il est possible de prévoir une date rétroactive du contrat/devis afin de les prendre en compte ou de prévoir leur modalité de prise en compte (notamment au plan financier) par un avenant.



Si la date n'est pas précisée, mais que le contrat/devis est signé.

La mission est réputée débiter à la date de signature du contrat/devis, ou à la date de commencement de l'exécution de toute prestation concernée (*ex : réunion de lancement, début du travail, livraison partielle...*).



Si le freelance commence avant signature.

C'est risqué, mais ça arrive : dans ce cas, **la mission débute dès le commencement de la première prestation**, même sans contrat/devis signé, mais c'est beaucoup moins sécurisé juridiquement.



Le saviez-vous ?



Un contrat de prestation protège toutes les parties prenantes !

Un contrat de prestation entre une agence et un freelance permet de **sécuriser la collaboration et éviter les litiges**. Il définit les obligations de chaque partie, notamment les livrables, les délais, les conditions de paiement et les modalités d'annulation. En cas de problème (retard, abandon de mission), le contrat permet à l'agence et/ou au freelance de

faire valoir ses droits, de prévoir une indemnisation ou d'appliquer des pénalités.

Sans contrat, il est plus difficile de prouver un engagement et d'obtenir réparation en cas de préjudice. Une bonne rédaction contractuelle protège donc les deux parties et garantit une relation professionnelle claire et équilibrée.



Dans le cadre d'un portage salarial :

- Est affiliée à une **convention collective** (et laquelle),
- Est bien détentrice d'une **assurance RC Pro** couvrant les activités des freelances concernés (entre autres...).
- Est à jour de ses **cotisations sociales**,

LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS D'UN DEVIS OU D'UN CONTRAT TYPE

01 Identification des parties

- ✓ Nom, prénom
- ✓ Raison sociale
- ✓ Adresse
- ✓ SIRET ou numéro d'identification
- ✓ Nom du représentant légal
(si applicable)

02 Objet du contrat

- ✓ Description précise de la mission
- ✓ Livrables attendus
- ✓ Objectifs ou résultats attendus
(si applicable)

03 Durée du contrat

- ✓ Date de début et date de fin
(ou durée estimée)
- ✓ Modalités de reconduction ou de prolongation éventuelle

04 Modalités d'exécution

- ✓ Nombre de jours ou d'heures estimées
- ✓ Lieu d'exécution
(présentiel, distanciel, mixte)
- ✓ Outils ou accès fournis
(si besoin)

05 Tarifs & modalités de paiement

- ✓ **Montant de la prestation**
(forfait ou taux journalier / horaire)
- ✓ **Conditions de facturation**
(mensuelle, à la livraison, etc.)
- ✓ **Délais de paiement**
(article L.441-9 et 10 du code de commerce)
 - 30 jours maximum après la date d'exécution de la prestation (sauf disposition contraire convenue entre les parties).
Ou
 - 60 jours maximum après la date d'émission de la facture.
Ou
 - Au maximum 45 jours fin de mois après la date d'émission de la facture si convenu dans le contrat et sans qu'il y ait abus.
- ✓ **Pénalités de retard**
(facultatif mais conseillé)

06 Propriété intellectuelle

- ✓ **À qui appartiennent les livrables ?** (généralement cédés à l'agence à la fin de la mission)
- ✓ **Modalités de cession éventuelle**
(droits d'auteur, durée, prix, étendue géographique, etc.)

07 Annulation & report

- ✓ **Prévoir les modalités et conditions en cas d'annulation / report de l'évènement**
- ✓ **Prévoir les conditions et conséquences d'un cas de force majeure sur l'évènement.**

08 Confidentialité

- ✓ **Engagement de non-divulgateion des informations confidentielles échangées**
- ✓ **Prévoir les conditions de diffusion des éléments de communication externe et de valorisation de la mission.**
(posts LinkedIn par exemple)

ENTRE UNE AGENCE ET UN FREELANCE

09 Responsabilités & assurances

- ✓ **Limites de responsabilité**
- ✓ **Assurance professionnelle**
(RC Pro Obligatoire, à la charge du freelance)

10 Remboursement de frais

- (si applicable)
- ✓ **Type de frais pris en charge**
 - ✓ **Conditions de remboursement**
(justificatifs, plafonds, etc.)

11 Clause de résiliation

- ✓ **Modalités de rupture anticipée**
(préavis, indemnités éventuelles)
- ✓ **Cas de manquement grave**

03

EXEMPLES DE BONS USAGES
CONTRACTUELS ENTRE AGENCES
& FREELANCES

— DÉLAIS DE RÈGLEMENT



Le Freelance est salarié
(portage salarial,
intermittent, CDDU)

Le freelance reçoit son salaire une fois par mois avec un délai maximal d'un mois entre les versements mensualisés.

Ce versement ainsi que l'envoi de la fiche de paie et documents administratifs (AEM, Congés Spectacles) devraient être effectifs avant le 10 de chaque mois.



Le Freelance n'est pas salarié
(sur facture)

Les acomptes doivent être généralement réglés à réception de facture. Les délais de règlement sont convenus entre l'agence et le freelance. Ils doivent respecter l'article L.441-10 du code de commerce.

Les factures de solde devraient être réglées dans le délai fixé entre les parties en respectant le texte légal (cf point 5, page 16).



LE RELEVÉ DE TEMPS PASSÉ

Pour faciliter la transparence, éviter les malentendus et dépassements imprévus dans le cas d'une facturation au temps passé, **il est conseillé de partager régulièrement avec l'agence, tout au long de la mission, un relevé détaillé/justifié de temps passé (TimeSheet).**



Modèle de TimeSheet Agence – Freelance

La durée d'une journée de travail doit être définie entre le freelance et l'agence.

Vous trouverez ci-contre un exemple de TimeSheet.

Il s'agit d'un modèle type. Chaque freelance est libre de l'adapter selon ses besoins et ses préférences.



Exemple de TimeSheet

Date
de réalisation de la tâche

Intitulé & description de la tâche
phrase courte mais précise pour savoir exactement ce qui a été fait

Nom du Freelance

Nom de l'agence | Nom et n° de dossier/client | Période Année

Date	Plage horaire	Durée (h ou j)	Intitulé & description de la tâche	Cumul mensuel
03/07/25	14h-16h	2h	Réunion de brief + prise de connaissance du projet	2h
04/07/25	9h-12h	3h	Élaboration planning et rétroplanning	5h
05/07/25	9h-13h	4h	Préparation documents client (slides, fiches techniques)	9h

Durée
Noter le temps réellement passé
Bien préciser la base retenue dans le contrat (exemple : 1 jour = 7h)

Cumul mensuel
Colonne automatique ou manuelle pour suivre le total du temps passé sur le mois et vérifier la cohérence par rapport au devis / contrat

Optionnel

<p>Type de tâche Très utile pour l'agence et le freelance (ex : <i>coordination, conception, suivi prestataires, réunions, etc.</i>)</p>	<p>Commentaire / détail Permet de justifier la durée, d'expliquer des écarts, ou d'ajouter des précisions utiles pour la validation (ex : « <i>version validée par client</i> »)</p>
---	---

Quelles sont les bonnes pratiques ?

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utiliser un TimeSheet par projet / client ✓ Partager le TimeSheet de façon hebdomadaire ou bimensuelle pour garder la transparence et ajuster si besoin. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Archiver les TimeSheets envoyés à l'agence pour éviter les contestations. ✓ Préciser dans le contrat la définition d'une journée de travail (nombre d'heures dans une journée) et la méthode de comptabilisation (heures pleines, demi-journées, temps de transport, etc.).
---	--



— PRISE EN CHARGE DES NOTES DE DÉBOURS & DE FRAIS D'UN FREELANCE



Le Freelance est salarié

La réglementation du Code du Travail s'applique sur le remboursement obligatoire des frais imposés par l'agence ou liés au projet. Les barèmes de l'URSSAF s'appliquent.

Ces remboursements ne sont pas un complément de rémunération et ne sont pas soumis à cotisations sociales sous réserve du respect des conditions et plafonds fixés par la réglementation en vigueur, notamment les barèmes de l'URSSAF.



Le Freelance n'est pas salarié (sur facture)

Il est suggéré de prévoir par écrit que les frais engagés à la demande de l'agence ou liés au projet sont remboursés au freelance (frais réels ou forfaitaire) sur présentation de justificatifs.



— QUE FAIRE EN CAS D'ANNULATION OU DE REPORT DE LA PART DE L'AGENCE ?

Nous vous recommandons d'indiquer des conditions d'annulation/report dans vos documents contractuels.

En cas d'annulation ou de report de l'événement pour lequel le freelance a été missionné, **nous recommandons à l'agence de prendre en compte son manque à gagner**

en se référant aux bases suivantes :

- **Règlement du temps passé et des frais engagés** à la date d'annulation.
- Toute annulation en fonction de sa temporalité pourra faire l'objet d'une **indemnisation**.

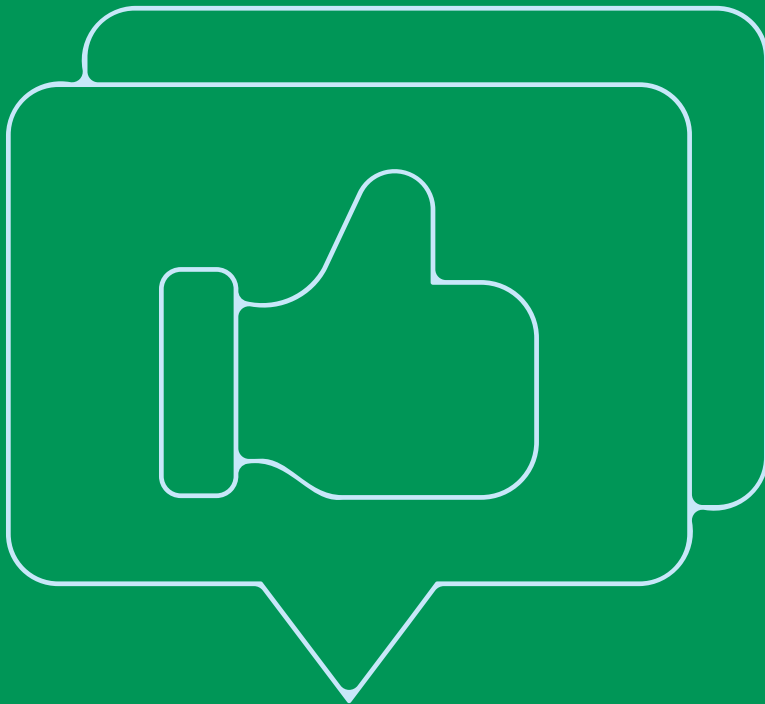


— QUE FAIRE EN CAS DE DÉSISTEMENT DE LA PART DU FREELANCE ?




Sous réserve d'un cas de force majeure qui justifierait un désistement ou en cas d'accord des parties, **les conditions du désistement du freelance et ses conséquences financières devraient être prévues**.

À titre d'exemple, en cas de désistement non justifié, des pénalités pourraient être appliquées.

LA RELATION DE CONFIANCE



LES CLÉS D'UNE RELATION DE CONFIANCE DURABLE

- Au-delà du simple  rapport prestataire/client, il s'agit d'instaurer une  collaboration fondée sur la confiance mutuelle, la transparence et la loyauté via des  règles du jeu partagées.

01

SOIGNER L'ONBOARDING : POSER LES BASES DÈS LE PREMIER JOUR



Le freelance évolue de manière flexible et indépendante.

Ses horaires ne sont pas fixes. Il peut travailler de n'importe où (intra ou extra-muros) sans pour autant se sentir isolé du reste de l'équipe projet. Il a des obligations de moyen (de mettre tout en œuvre pour la réussite de l'événement et de la collaboration) vis-à-vis du chef de projet et de l'agence. Sa bonne intégration à l'équipe est un gage de réussite.

L'accueil du freelance est une étape décisive. En agence, on "onboard" un salarié. Pourquoi pas un freelance ? Cadrer la mission, présenter les interlocuteurs, partager les outils, transmettre les documents de référence... autant de réflexes

simples mais essentiels pour permettre au freelance de **gagner du temps, de la clarté et de l'autonomie**. Un brief bien ficelé, une feuille de route claire, des outils collaboratifs : voilà le triptyque gagnant d'un démarrage réussi.

De son côté, le freelance non-salarié est dans l'obligation de souscrire **une assurance responsabilité civile professionnelle** (assurance RC Pro) afin de couvrir sa responsabilité qui doit être adaptée au regard de chaque événement considéré. Cette assurance permet de couvrir les dommages tels que la perte ou le vol du matériel de l'agence pendant l'exécution de sa mission.

LE KIT D'ONBOARDING

Au moment où un le freelance débute sa mission, il est recommandé à l'agence qui l'accueille de lui fournir toutes les informations utiles au bon déroulement de sa mission.

Voici la check-list, non exhaustive, des éléments du parfait kit d'onboarding !

01



✓ Contrat de confidentialité du client / de l'agence

À signer immédiatement pour encadrer légalement la mission et protéger les informations sensibles.

02



✓ Règlement intérieur / Livret d'accueil collaborateurs

Pour connaître les règles de fonctionnement, la culture d'entreprise et éviter tout faux pas dès le début.

03



✓ Organigramme des interlocuteurs / décideurs et contacts utiles

Pour savoir rapidement à qui s'adresser pour les validations, les questions opérationnelles ou techniques.

04



✓ Horaires et moyens d'accès aux bureaux

Infos pratiques pour organiser ses journées et arriver sereinement dès le premier jour.

05



✓ Environnement informatique (codes wifi, accès aux drives, identifiants de connexion, etc.)

Pour pouvoir commencer concrètement à travailler, échanger et partager des documents.

06



✓ Matrices de l'agence ou du client

Pour se familiariser avec les méthodes, standards et outils spécifiques à l'entreprise.

07



✓ Liste de prestataires référencés

À consulter une fois le contexte maîtrisé, pour préparer ses besoins opérationnels sans perdre de temps.

02

COMMUNIQUER
SANS TABOU
NI SILENCE RADIO

La confiance se construit dans la communication continue et honnête. Pour éviter les incompréhensions ou frustrations, mieux vaut définir un cadre dès le départ : **qui valide quoi, à quel rythme, par quel canal ?**

Un retour, même bref, vaut mieux qu'un silence. Et dans les deux sens : freelance comme agence ont tout intérêt à maintenir le lien, partager les avancées et alerter rapidement en cas de blocage, d'imprévu, de flou ou de dépassement.

03

ADOPTER
UNE ÉTHIQUE
PROFESSIONNELLE
IRRÉPROCHABLE

L'éthique est souvent invisible... jusqu'au jour où elle est bafouée. Confidentialité, déontologie, droit d'auteur, cybersécurité : 4 piliers **essentiels à ne jamais sous-estimer.**

La **confidentialité** implique de ne jamais diffuser d'informations sensibles (même sur un ton léger ou informel) du client final comme de l'agence. C'est aussi ne pas partager de posts, photos ou informations de l'événement sur les réseaux sociaux sans l'accord de l'agence... et vice versa. Il est souvent apprécié que l'agence cite le freelance parmi les collaborateurs ayant travaillé sur l'événement dans ses posts, si tout le monde est d'accord !

La **propriété intellectuelle** ou la **cession de droit d'auteur** doit être encadrée contractuellement. Dans le cas contraire, le travail payé par l'agence appartient à cette dernière. Par exemple, reproduire à l'identique ce travail pour une autre agence ou un autre client n'est pas acceptable en termes d'éthique professionnelle.

La **déontologie** : un freelance étant par essence libre de travailler pour différentes agences événementielles, il ne peut être soumis à une clause de non-concurrence.

En revanche, il ne peut déontologiquement pas

- Travailler sur la même compétition pour deux agences différentes en même temps,
- Abandonner la mission avant la fin du contrat parce qu'on lui propose mieux ailleurs.

Et il est recommandé qu'il prévienne l'agence s'il est, à la suite de l'événement, contacté en direct par le client final ou indirectement par une autre agence pour une nouvelle mission liée à cet événement.

Enfin, la **cybersécurité** est l'affaire de tous. Agences comme freelances doivent sécuriser leurs outils, limiter les accès, et bannir les pratiques risquées (Wi-Fi public, transferts non sécurisés, documents hébergés en local, plateforme d'intelligence artificielle, etc.).

RGPD ET CYBERSÉCURITÉ

LES 10 RÈGLES D'OR

Comme tout prestataire, le freelance est tenu de respecter les données qu'il traitera pour le compte de l'agence dans le cadre sa mission. L'agence doit faire preuve de la même vigi-

lance et fournir au freelance les outils et informations qui lui seront nécessaires pour garantir cette sécurité.

Voici 10 règles d'or à respecter :

01



✓ Protéger les données personnelles et confidentielles

Agences et freelances partagent une obligation de confidentialité et de protection des données du projet.

02



✓ Sauvegarder les livrables et les données en toute sécurité

Mettre en place des sauvegardes externes, sécurisées et éviter les clés USB non protégées ou les sauvegardes locales non sécurisées. (Wi-Fi public, transfert non sécurisé).

03



✓ Sécuriser les accès aux données du projet

Définir qui a accès à quoi, prévoir des accès temporaires ou partiels et ne jamais partager ses identifiants personnels.

04



✓ Protéger les locaux et le matériel

Sécuriser les bureaux, ordinateurs et supports physiques pour éviter perte, vol ou accès non autorisé aux données.

05



✓ Respecter les consignes de sécurité du client

Suivre strictement les mesures spécifiques demandées par le client et validées par l'agence. Les clarifier ensemble si nécessaire.

06



✓ Respecter les droits des personnes concernées

Donner la priorité aux demandes RGPD (accès, suppression, rectification).

07



✓ Signaler sans délai tout incident de sécurité

Informez l'agence immédiatement en cas de perte, vol ou attaque informatique. Les délais légaux sont courts, faisons-en une priorité.

08



✓ Ne pas déléguer sans accord écrit

Obtenir l'accord préalable de l'agence pour déléguer une tâche, et que l'entité ou l'individu missionnés soient eux-mêmes respectueux du RGPD. (Exemple : un directeur de création faisant appel à un motion designer).

09



✓ Valider ensemble la fiche registre RGPD du projet

Informez le freelance des traitements, des outils utilisés et des mesures de sécurité, pour garantir transparence et conformité.

10



✓ Respecter les instructions de fin de projet

Supprimer ou archiver les données conformément aux exigences du client et convenir ensemble des délais et modalités de suppression.

04

TENIR SES
ENGAGEMENTS,
DES DÉLAIS
AUX PAIEMENTS

Le respect des délais n'est pas une option. Ni pour le freelance qui doit livrer dans les temps le travail convenu, ni pour l'agence qui doit honorer ses échéances de paiement.

Un planning partagé, des validations structurées, un devis signé avec des conditions claires : c'est le minimum pour que chacun sache où il va. Et surtout pour **prévenir l'imprévu, plutôt que d'y réagir dans la précipitation.**

05

VALORISER,
REMERCIER,
FIDÉLISER

Les freelances apportent leur expertise, leur créativité, leur rigueur, leur expérience et mettent à disposition leur carnet d'adresses. **Un merci, un retour constructif, une mise en avant publique ou privée : ces marques de reconnaissance nourrissent l'engagement.**

Et côté freelance, il s'agit aussi d'être force de proposition, loyal, et respectueux du cadre de travail de l'agence. Une relation équilibrée se construit à deux.

06

PENSER
LONG TERME

La confiance se construit dans la durée. Débriefing une mission, garder le contact, proposer de nouvelles missions, partager un retour d'expérience : **ce sont ces petits gestes qui fidélisent et fluidifient les collaborations.**

Les agences y gagnent des partenaires fiables ; les freelances des clients réguliers avec qui les projets s'enchaînent sans repartir de zéro.



En résumé

Dans la relation agence-free-lance, ce qui fait la différence, ce ne sont pas que les compétences, mais bien **la qualité humaine et professionnelle de l'échange.**

Transparence, écoute, cadre clair, respect mutuel et éthique partagée : c'est sur ces fondations que se bâtissent les collaborations les plus solides... et les événements les mieux ficelés.

LES ENGAGEMENTS



10 ENGAGEMENTS DES AGENCES

01

Solliciter l'accord du freelance

avant de proposer son profil dans une compétition.

02

Fournir un brief structuré et détaillé

dès le début de la mission, en précisant le contexte, les objectifs, les livrables, les échéances à respecter et les parties prenantes.

03

Communiquer les résultats de l'appel d'offres

qu'il soit remporté ou non, et fournir un retour constructif lorsque cela est possible.

04

Valider contractuellement les termes de la collaboration

y compris la rémunération, les délais, les révisions et les modalités d'annulation ou de report avant de démarrer la mission.

05

Respecter la confidentialité

liée à la mission, en informant le freelance des attentes et obligations.

06

Tenir le freelance informé des évolutions du projet

et le prévenir de tout changement majeur, que ce soit en termes de stratégie client ou de calendrier.

07

Assurer disponibilité et soutien

et être facilement joignable pour répondre aux questions et faciliter l'intégration du freelance dans le projet.

08

Respecter les délais de paiement

tels que définis dans le contrat, sans retard injustifié ni complexité administrative.

09

Valoriser l'expertise du freelance

et respecter ses méthodes de travail, son organisation et son temps. Traiter le freelance comme un partenaire professionnel, en toute loyauté, sans rétention d'information ni pratiques déloyales (exemples : ghosting, surcharge imprévue, etc.).

10

Organiser un débriefing post-mission

mettant en lumière les réussites et les axes d'amélioration pour renforcer la collaboration future.

LES ENGAGEMENTS



10 ENGAGEMENTS DES FREELANCES

01

Respecter les contraintes de la participation aux compétitions

avant de proposer son profil.

02

Respecter une confidentialité absolue

et ne jamais divulguer d'informations confidentielles liées à la mission, au client ou à l'agence, même après la collaboration.

03

Cadrer la mission

et préciser les attentes, le temps à consacrer à la mission, son tarif et ses CGV et formaliser le tout dans un devis détaillé et signé (ou, a minima, par un mail).

04

Fournir un travail soigné dans le respect des délais

et, si nécessaire, tenir un relevé de temps passé (cf modèle de TimeSheet) afin de pouvoir prévenir l'agence en cas de risque de dépassement.

05

Être transparent sur sa charge de travail

Accepter un nombre de dossiers raisonnable afin de fournir un travail de qualité. Respecter les jours bookés d'un commun accord.

06

Respecter les process et outils de l'agence

S'adapter aux méthodes de travail et outils collaboratifs proposés par l'agence (workflow, outils de partage, messagerie) et à son règlement intérieur tout en conservant une autonomie professionnelle.

07

Garantir une communication fluide et régulière

Maintenir un contact franc et régulier avec l'agence tout au long de la mission avec des points d'avancement si nécessaire et faire preuve de réactivité et d'agilité face aux imprévus afin de parler d'une seule voix au client.

08

Avoir un comportement éthique

et respecter le périmètre de la mission, informer l'agence si l'on est sollicité par la suite sur le même événement et agir avec loyauté en toutes circonstances.

09






Valoriser la relation



et faire preuve de reconnaissance envers l'agence en contribuant à la qualité de la relation humaine, et en proposant des pistes d'amélioration ou de futures collaborations.


10



Être dans une démarche d'amélioration continue




Accepter les retours constructifs, participer au débrief post-mission avec ouverture, et capitaliser sur les enseignements pour de nouvelles missions.

— À travers ce guide, nous abordons chaque aspect d'une  **collaboration réussie entre agences et freelances du secteur événementiel** : une relation commerciale claire et  cadrée dès le premier contact, avec un  contrat précis pour protéger chacun ; puis une relation fondée sur la  confiance, l'intégration et la communication  continue.

Nous avons aussi mis en lumière les **engagements réciproques** que chacun devrait respecter (agences et freelances) ainsi que l'importance de  l'éthique, de la  cybersécurité et du  respect des données personnelles.

Ces principes, loin d'être des contraintes, sont avant tout les piliers d'un  partenariat durable et professionnel.

Plus qu'un outil pratique, ce guide rappelle surtout qu'une relation équilibrée se nourrit  d'écoute, de transparence et d'un  engagement partagé.

Car c'est  ensemble, en cultivant ces valeurs, que nous pourrons faire grandir la filière événementielle, innover et affronter les défis de demain avec  créativité et  confiance.

QUI SOMMES-NOUS ?

L'ÉVÉNEMENT

Créée en 2015, L'ÉVÉNEMENT est l'organisation professionnelle française des entreprises de conseil, de création et de production en communication événementielle.

Son ambition repose sur plusieurs axes parmi lesquels : porter d'une seule voix auprès des pouvoirs publics les problématiques liées aux enjeux de la profession, rendre visible toute la chaîne de valeur de production d'événements, affirmer la valeur ajoutée des métiers de l'événementiel, mutualiser les ressources de réflexion et de promotion autour de thèmes à forts enjeux, favoriser les rencontres entre l'ensemble des acteurs (agences, clients, partenaires, institutionnels...), créer un lien plus fort entre clients et agences et développer de bonnes pratiques partagées par tous.

➤ [Plus d'infos : levenement.org](http://levenement.org)

Les Freelances De L'Événementiel

Créée en 2020, Les Freelances De l'Événementiel est l'association qui rassemble tous les freelances du secteur, quels que soient leur métier. (production, projet, logistique, contenu, technique, artistique, régie, etc.), leur expérience ou leur statut.

Son ambition est de les connecter entre eux, partager les ressources, expertises, expériences et leur permettre de monter en compétences. Elle propose des outils, des services et des rendez-vous à ses adhérents tout au long de l'année, et sur tout le territoire avec 11 antennes régionales très actives (Aix-Marseille, Côte d'Azur (Nice-Cannes-Monaco), Bordeaux, Lyon, Nantes, Paris, Toulouse, Montpellier, Lille, Strasbourg et l'antenne Internationale)

➤ [Plus d'infos : freelances-evenementiel.org](http://freelances-evenementiel.org)

REMERCIEMENTS

Ce guide a été rédigé à l'initiative du groupe de travail composé de membres de L'ÉVÉNEMENT et des Freelances De L'Événementiel, avec :

Pour L'ÉVÉNEMENT

Michel RIVET,
vice-président de L'ÉVÉNEMENT
en charge de l'Écosystème
et directeur général de Moma
Event

Thierry FRANQUEZA,
administrateur de L'ÉVÉNEMENT
et fondateur de Karénaé

Elie LIBMAN,
directeur de Like Event

Les Freelances De L'Événementiel

Mathilde PATTE,
event manager freelance

Clémence CAGNON,
production logistique
événementielle freelance

Véronique ROMAIN,
rédactrice en chef
et réalisatrice freelance

Maxime HERNANDEZ,
directeur de production
freelance

Jérémie SOUFFAN,
directeur de projets freelance

Céline COULANGE,
co-Présidente des Freelances
De L'Événementiel,
rédactrice en chef
et animatrice freelance

*Les 10 règles d'or RGPD
et Cybersécurité ont été
rédigées par :*

Fatouma BROUARD
L'Atelier Légal

Un projet coordonné par :

Sonia DELLONG
chargée de missions
de L'ÉVÉNEMENT



OCT. 2025



LEVENEMENT.ORG

Sonia Dellong

Chargée de Missions

sdellong@levenement.org