



# Charte Foires de France



**Garantie !**

**Échange !**



**Découverte !**



**Authenticité !**



**Crédibilité !**



**Qualité !**

**Authenticité !**

**Confiance !**



**Professionalisme !**



**C'est la garantie de surprendre !**

## Préambule...

Acteur central de la vie économique, sociale, institutionnelle et culturelle, à l'échelle locale et régionale, la **Foire-Exposition** est historiquement ancrée dans un territoire devant désormais intégrer les dimensions nationales et internationales des places de marchés et d'échanges.

Grâce à la **valeur ajoutée** qu'elle apporte dans la complexité de la rencontre physique, la confiance qu'elle génère et la qualité de son offre, la Foire-Exposition dépasse largement la notion et la dimension de simple média. Elle doit se positionner en levier de croissance, être un outil différenciant capable d'intégrer de nouveaux modes de rencontre, de communication, d'interaction et d'intermédiation, et s'inscrire dans le processus de prise de décision stratégique du dirigeant d'entreprise et du leader d'opinion.

La **Charte Foires de France** constitue un véritable **gage de qualité** et représente l'assurance auprès des exposants et des visiteurs, mais également des leaders d'opinion et autres partenaires, d'une manifestation organisée dans les **règles de l'art**. Il s'agit d'un enjeu de professionnalisme, de dynamisme et d'attractivité des foires-expositions en France. Elle est l'aboutissement d'une réflexion collective émanant d'une dynamique positive d'évolution et s'inscrit, en outre, dans une logique d'innovation en tant qu'outil d'échanges dans **la confiance, la différenciation et la valorisation matérielle et immatérielle au service de la société, des territoires et des entreprises**.

**Authenticité ! Crédibilité ! Confiance ! Découverte ! Échange !**

**Voici les valeurs prônées par la Charte Foires de France.**

Les **bénéfices** de cette démarche sont multiples. Tout organisateur signataire pourra **valoriser** le professionnalisme de son équipe et de sa Foire, la **distinguer** des autres types de rassemblement, en **mesurer** la qualité par rapport à des critères nationaux communs, **étudier** dans la durée les effets des actions mises en œuvre.

En adhérant à la Charte, vous vous **engagez** à pérenniser et renforcer ces valeurs en respectant les caractéristiques fondamentales qui définissent la Foire et ses identités.

## *Sommaire*

<b>Règlement Intérieur .....</b>	<b>3</b>
<b>Critères &amp; Référents .....</b>	<b>11</b>
<b>Annexe 1 : .....</b>	<b>19</b>
<b>Annexe 2 : .....</b>	<b>23</b>



## 1<sup>ère</sup> partie : Présentation de la Charte Foires de France

### 1. Définition

La Charte Foires de France définit, de **manière normative**, les **caractéristiques fondamentales** d'une foire-exposition et les **engagements** qui font d'elle une manifestation organisée dans les règles de l'art à travers 8 chapitres :

- l'offre commerciale,
- l'ambiance,
- l'agencement et la mise en scène,
- l'accueil visiteurs,
- l'accueil exposants,
- la communication,
- la réglementation et les usages de la profession,
- RSE.

Le texte détaillé des engagements est présenté en page 12 du présent Règlement.

### 2. Historique : du « Référentiel Foires de France » à la « Charte Foires de France »

Les adhérents ont souhaité que l'Union mène une réflexion collective pour assurer la pérennité des foires-expositions. Une première enquête a été réalisée en **novembre 1999** en collaboration avec Ipsos sur la fréquentation des foires. Les résultats avaient montré la nécessité de mieux communiquer sur le concept et de valoriser la fonction commerciale.

Une étude réalisée en **2001** a montré la nécessité de redéfinir le concept foire-exposition et de créer une marque collective afin d'améliorer l'image du « produit » foire-exposition pour ensuite mieux le commercialiser.

En **2002** et au **premier semestre 2003**, les adhérents d'UNIMEV ont été consultés sur la formulation des caractéristiques fondamentales d'une foire-exposition. Le **3 juillet 2003**, lors de l'assemblée générale d'Avignon, les organisateurs de foires ont adopté, de manière consensuelle, le texte du Référentiel Foires de France. Le comité de pilotage de ce dossier réuni le 23 octobre 2003 a décidé, dans un premier temps, que c'était à la profession de délivrer l'agrément « Foires de France ». Les premiers agréments ont été octroyés en 2004.

Des réflexions sur le développement des bonnes pratiques au sein des foires et sur la mise en place d'une communication forte et commune ont été menées par le groupement des organisateurs de foires en **2011**. L'objectif était de définir le concept d'identité de la marque foire, en vue de constituer un socle commun dans une démarche pragmatique, et de permettre à chaque foire d'utiliser individuellement cet outil et de le traduire en plans d'actions concrets. L'ensemble de ces réflexions a mené au lancement d'un chantier sur la revitalisation de la marque foire à travers l'identité visuelle de la marque, le nom de la marque et le renforcement des outils existant tels que le Référentiel Foires de France.

En **2015**, le Référentiel Foires de France devient la Charte Foires de France, synonyme d'engagement, avec un gage de qualité renforcé.

### 3. La marque collective « Foires de France »

L'appellation "Foires de France" a été déposée en tant que marque collective auprès de l'INPI et publiée au BOPI le 22 mars 2002. Pour être en cohérence avec les nouvelles valeurs, la nouvelle dynamique et les nouvelles garanties portées par la marque Foires de France, l'identité visuelle a été complètement réinventée.

En **2015**, la marque Foires de France s'impose comme un sceau garantissant la qualité des manifestations adhérentes à la Charte et la volonté de surprendre (*cf. annexe 1*).

### 4. Objectifs

**L'objectif de la « Charte Foires de France » est de permettre à chaque foire-exposition adhérente de :**

- valoriser le professionnalisme et le sérieux de l'équipe chargée de son organisation ;
- se distinguer des autres événements commerciaux qui utilisent l'appellation "foire" et qui sont organisés en dehors du réseau des adhérents d'UNIMEV ;
- de s'appuyer sur les actions de communication collectives engagées par UNIMEV pour promouvoir la Charte.

Chaque organisateur de foire-exposition membre d'UNIMEV est libre d'adhérer à la Charte Foires de France sous réserve que l'ensemble des conditions requises soient respectées.

La Charte Foires de France permet, à chaque organisateur, de mesurer la qualité de sa manifestation à une date donnée mais également d'étudier, dans le temps, les effets des actions mises en œuvre pour satisfaire aux exigences.

## 2ème partie : Règlement intérieur de la Charte Foires de France

### 1. Définition

Le règlement intérieur de la Charte Foires de France a pour objet de préciser les modalités d'adhésion, d'utilisation et de communication de la Charte.

### 2. Modalités d'adhésion à la Charte

Toute foire-exposition membre d'UNIMEV qui le souhaite, peut adhérer à la Charte si les conditions requises sont respectées :

1. l'organisateur s'inscrit dans une démarche de recherche de qualité et de cohérence par rapport aux caractéristiques fondamentales d'une foire-exposition définies par la Charte. Pour valider sa demande, l'organisateur doit retourner la fiche « engagement » complétée et signée, remplir le guide d'auto-évaluation et retourner ces éléments à UNIMEV accompagné d'une attestation sur l'honneur quant à la véracité des informations fournies et des documents justificatifs nécessaires,
2. pour que le dossier soit recevable, l'intégralité des critères dit « discriminants » devront être respectés,
3. le guide d'auto-évaluation sera étudié par UNIMEV et un membre du Comité avant d'être présenté au Comité d'Adhésion pour validation finale,
4. une visite d'évaluation, permettant de vérifier les informations communiquées dans l'auto-évaluation, pourra être effectuée lors de l'édition de la foire qui suivra une demande de renouvellement d'adhésion à la Charte, si le Comité d'Adhésion le juge nécessaire. Elle sera systématique dans le cas d'une nouvelle adhésion. S'il s'avère que le respect des critères ne satisfait pas aux exigences de la Charte, il sera impossible à l'organisateur de communiquer de quelque manière que ce soit sur son appartenance à la Charte,
5. Le logo de la marque Foires de France ne pourra être utilisé que par les organisateurs de foires membres d'UNIMEV qui auront accepté toutes les conditions, sans exception, exigées par la Charte et dont l'adhésion aura été validée par le Comité d'Adhésion.

**Important :** Une démission d'UNIMEV implique une démission de la Charte Foires de France. L'organisateur démissionnaire ne pourra plus communiquer de quelque manière que ce soit sur son appartenance à la Charte à compter du moment où sa démission aura été actée par le Conseil d'Administration d'UNIMEV.

### 3. Modalités d'utilisation du guide d'auto-évaluation

L'auto-évaluation consiste, pour l'organisateur, à noter chacun des **engagements ou « critères »** définis dans les chapitres de la Charte.

Chaque chapitre du guide d'auto-évaluation se présente de la façon suivante :

- page de gauche : explication des différents engagements et définition des modes de notation,
- page de droite : rappel du critère ou de l'engagement, notation du critère et justification de la note par l'organisateur.

## **Le mode de notation des critères comporte 4 niveaux d'appréciation :**

A - La Foire satisfait totalement aux exigences du critère.

B - La Foire satisfait en grande partie aux exigences du critère.

C - La Foire ne satisfait que partiellement aux exigences du critère.

D - La Foire ne satisfait pas aux exigences du critère.

NA - Non applicable à la Foire.

Il est conseillé à l'adhérent qui s'engage à remplir le guide d'auto-évaluation de nommer un chef de projet, dont les coordonnées devront être communiquées au Comité d'Adhésion, qui aura pour mission la mise en œuvre des modalités pratiques : calendrier, regroupement des documents internes et/ou externes, formulation de la justification de la réponse.

### **Suivi de la démarche**

Afin de tenir compte de la dimension client, une deuxième étape est prévue pour aboutir à une marque collective. Il s'agirait de passer d'un système de notation déclaratif à un système où les critères seraient objectivement mesurables et deviendraient opposables.

## **4. Composition et fonctionnement du Comité d'Adhésion**

Le Comité d'Adhésion est composé des membres du groupement des organisateurs de foires restreint qui a vocation à se réunir plusieurs fois par an à savoir :

- les 6 administrateurs titulaires et les 2 administrateurs suppléants du Groupement des Organisateurs de Foires, au sein d'UNIMEV,
- les organisateurs de foires adhérents à UNIMEV qui désirent participer assidument et activement aux travaux menés par le groupement.

Les responsabilités inhérentes à cette fonction ne sont en aucun cas rémunérées par UNIMEV. Les différents frais engagés par les membres du Comité d'Adhésion, et notamment les frais de déplacement pour les visites d'évaluation, ne sont pas remboursés par UNIMEV. Cette activité repose sur un principe de volontariat et de bénévolat.

Le Comité d'Adhésion se réserve le droit de convier toute personne qu'il estime qualifiée à participer aux débats.

### **4.1. Préparation des réunions du Comité d'Adhésion**

Le dossier transmis par l'adhérent sera envoyé aux membres du Comité d'Adhésion au moins 7 jours avant qu'ils ne se réunissent et sera accompagné d'une note de synthèse, réalisée par l'équipe permanente d'UNIMEV.

Le représentant de l'équipe permanente d'UNIMEV en charge de ce dossier demandera préalablement à l'adhérent de lui faire parvenir les documents complémentaires suivants pour l'analyse du dossier :

- guide d'auto-évaluation complété,
- liste des exposants,
- liste des restaurants avec leur spécialité,
- liste des animations – thème de la Foire,
- guide de la Foire,
- programme,
- plan détaillé,
- lettre de confirmation adressée aux exposants,
- guide de l'exposant,
- liste des conseils et services fournis aux exposants,
- lettre d'information concernant les dates de montage et démontage,
- mot de bienvenue aux exposants,
- documents de communication,
- plan de communication,
- dossier de presse de la Foire,
- résultat de la dernière enquête exposants et visiteurs,
- documents de communication sur l'appartenance à UNIMEV,
- document de communication sur les chiffres de la manifestation.

Ces documents seront transmis à UNIMEV, à titre confidentiel.

#### **4.2. Délibération du Comité d'Adhésion**

L'adhésion à la Charte Foires de France ne pourra être validée qu'à l'unanimité des membres présents du Comité d'Adhésion. Si au moins un des membres le souhaite, la décision pourra être prise de voter à bulletin secret. Les membres représentant auront chacun une voix.

Si le dossier étudié est celui de la Foire organisée par un des membres du Comité d'Adhésion, il lui sera impossible d'assister aux débats et aux délibérations concernant sa manifestation.

Pour délibérer valablement, le Comité d'Adhésion doit être composé d'au moins la moitié des administrateurs du Groupement des Organisateur de Foires.

La délibération du Comité d'Adhésion porte sur l'étude du guide d'auto-évaluation et de la note de synthèse, et s'appuie sur l'appréciation de la (ou des) personne(s) qui connaît (connaissent) la manifestation candidate.

Si un seul des critères discriminants n'est pas respecté par l'organisateur, le Comité d'Adhésion ne pourra donner un avis favorable.

Si la délibération devait s'avérer négative, le Comité d'Adhésion s'engage à informer l'organisateur de la manifestation des raisons qui ont motivé cette décision. L'organisateur dont la demande aura été refusée pourra renouveler sa demande seulement si de nouveaux éléments sont apportés.

Toute modification du règlement intérieur que pourrait proposer le Comité d'Adhésion sera transmise en amont aux organisateurs de foires adhérents à la Charte.



## 5. Durée de validité de l'adhésion à la Charte

La durée de validité de l'adhésion, déterminée par la Profession, a été fixée à 5 ans à compter de la date à laquelle le Comité d'Agrément aura validé l'adhésion.

## 6. Renouvellement de l'adhésion en deux étapes

**1<sup>ère</sup> étape :** Dans les trois ans qui suivent l'Adhésion ou un renouvellement, il sera demandé à l'organisateur de procéder à l'auto-évaluation de sa manifestation en remplissant et en retournant la grille d'auto-évaluation prévue à cet effet, accompagnée de tous les éléments justificatifs nécessaires. Ce dossier sera examiné par un collaborateur d'UNIMEV et un membre du Comité avant d'être soumis au Comité d'Adhésion, décisionnaire de la confirmation de l'adhésion ou non. L'organisateur pourra être sollicité tout au long de cette procédure et sera informé, à travers un courrier officiel, de la confirmation ou non de son adhésion.

**2<sup>ème</sup> étape :** Une visite officielle sera organisée tous les cinq ans et sera effectuée par un membre du Comité d'Adhésion et un représentant d'UNIMEV. Si le Comité d'Adhésion le juge utile, une visite d'évaluation pourra être organisée l'année qui suivra l'étude du dossier d'auto-évaluation fourni par l'organisateur. Dans le cas où cette mesure serait appliquée, l'organisateur devra en être informé au moins 6 mois avant l'organisation de ce rendez-vous.

## 7. Période transitoire : du Référentiel à la Charte Foires de France

**1<sup>er</sup> cas :** les foires référencées Foires de France qui souhaitent souscrire à la Charte Foires de France et qui n'auront pas été évaluées en 2013, seront soumises au principe d'auto-évaluation l'année de sa mise en place.

**2<sup>ème</sup> cas :** les foires référencées Foires de France qui auront été évaluées en 2013 à travers la traditionnelle visite d'évaluation seront interrogées en 2015 sur les nouveaux critères de la charte et sur les critères discriminants partiellement respectés ou non respectés en 2013 dans le cas où il y en aurait. Elles feront l'objet d'une auto-évaluation sur l'intégralité des critères en 2016.

**3<sup>ème</sup> cas :** Les organisateurs de foires membres d'UNIMEV qui n'étaient pas référencés Foires de France seront soumis à ce même principe d'auto-évaluation et une visite d'évaluation sera organisée dans l'année qui suivra l'adhésion.

Une fois que les adhésions auront été confirmées par le Comité, le processus de renouvellement de l'adhésion (**cf. article 6**) pourra être appliqué.

## 8. Organisation des visites d'évaluation

Les noms, prénoms, fonctions et coordonnées du responsable de ce dossier au sein de la société organisatrice devront être spécifiés dès la validation de l'adhésion par les membres du Comité afin d'optimiser l'organisation de ces visites.

Les éléments ci-dessous devront être envoyés par l'organisateur de la Foire au moins 15 jours avant la tenue de sa manifestation :

- mode d'emploi des visites de suivi complété,
- liste des exposants,
- liste des restaurants avec leur spécialité,
- liste des animations – thème de la Foire,
- guide de la Foire,
- programme,

- plan détaillé,
- lettre de confirmation adressée aux exposants,
- guide de l'exposant,
- liste des conseils et services fournis aux exposants,
- lettre d'information concernant les dates de montage et démontage,
- mot de bienvenue aux exposants,
- documents de communication,
- plan de communication,
- dossier de presse de la foire,
- résultat de la dernière enquête exposants et visiteurs,
- documents de communication sur l'appartenance à UNIMEV,
- documents de communication sur la Charte Foires de France,
- document de communication sur les chiffres de la manifestation
- deux invitations à la foire pour permettre au membre du Comité d'Adhésion et au représentant de l'équipe permanente d'UNIMEV d'y accéder le jour de la visite.

## 9. Engagement des adhérents de la Charte

L'organisateur adhérent à la Charte s'engage à :

- respecter l'ensemble des engagements de la Charte sans exception,
- accepter le présent règlement intérieur et toutes ses dispositions à travers la signature de la Charte,
- respecter la charte graphique ainsi que les conditions d'utilisation des logos et visuels de la marque Foires de France conformément au règlement d'usage de la marque collective (**cf. annexe 1**),
- se soumettre à une visite d'évaluation lors de l'édition de la Foire qui suit l'adhésion à la Charte si le Comité d'Adhésion le juge nécessaire,
- se soumettre à une auto-évaluation tous les 3 ans,
- se soumettre à une visite d'évaluation tous les 5 ans qui sera réalisée en vue de vérifier que l'adhésion à la Charte est toujours fondée,
- pérenniser la confraternité entre tous les organisateurs de foires.

## 10. Communication

L'organisateur de la Foire adhérente à la Charte pourra relayer son engagement dans tous ses outils de communication. Pour cela, il disposera d'une charte graphique d'intégration de la marque collective à ses documents institutionnels ou commerciaux.

La signature du Directeur de la Foire sera apposée au document officiel qui sera mis en ligne sur le site Internet d'UNIMEV et pourra faire l'objet d'une publication dans la presse.

L'organisateur devra également s'appuyer sur les actions de communication collectives engagées par UNIMEV pour promouvoir la marque « Foires de France » (relations presse, argumentaires à l'attention des élus politiques et des responsables administratifs, documents de promotion joints aux documents OJS...).



## Critères & Référents

(Mise à jour des critères réalisée le 27/02/2019)

<b>Référent 1 : L'offre commerciale (7 critères)</b>	
<b>1-1</b> La Foire Exposition est <b>un acteur important</b> de la vie locale et régionale.	Standard
<b>1-2</b> L'offre commerciale grand public propose un niveau de choix rencontré habituellement dans la région (sauf pour des raisons dûment justifiées). L'organisateur se rapproche si besoin des acteurs économiques de la région pour identifier avec précision cette offre commerciale.	Standard
<b>1-3</b> Cette offre est complétée, dans la mesure du possible, dans les secteurs majeurs par une offre complémentaire inhabituelle à la région.	Standard
<b>1-4</b> L'offre commerciale est composée d'un nombre suffisant de secteurs au regard de la multi spécialité qui caractérise la Foire Exposition (cf. nomenclature d'une foire élaborée par UNIMEV).	Discriminant
<b>1-5</b> Dans chaque secteur, l'offre est suffisamment représentative de la diversité et de la concurrence.	Discriminant
<b>1-6</b> L'organisateur incite ses exposants à proposer des offres différenciées ou des services ajoutés à l'occasion de la Foire Exposition. Il rappelle aux exposants leurs obligations en matière d'information du consommateur.	Discriminant
<b>1-7</b> L'organisateur s'engage à promouvoir une restauration de qualité dans chaque gamme de prix.	Standard
<b>Référent 2 : L'ambiance (2 critères)</b>	
<b>2-1</b> L'organisateur a la volonté d'une ambiance générale vivante pour offrir au visiteur une expérience unique à travers sa participation à la foire (Thème attractif, animations, programmation, présentation de l'offre commerciale, jeux,...).	Discriminant
<b>2-2</b> Chaque édition de la Foire- exposition comporte une actualité annuelle (thème ou autre) qui peut être culturelle, touristique, festive ou dédiée à un secteur de la Foire Exposition.	Discriminant



<b>Référent 3 : Agencement et mise en scène (9 critères)</b>	
<b>3-1</b> L'organisateur facilite, par tout moyen qu'il juge adéquat, la lisibilité, de l'offre de la Foire (commerciale, divertissement) afin de permettre au visiteur de « construire » sa visite en fonction de ses centres d'intérêt.	Standard
<b>3-2 L'organisateur facilite l'orientation des visiteurs par la juste combinaison des différents supports de signalétique :</b>	Discriminant
<b>3-2-1</b> Signalétique directionnelle et de situation claire et spécifique (secteurs, attraction, animations, sorties, toilettes, point secours, points informations).	Discriminant
<b>3-2-2</b> Panneaux plan de site (Vous êtes ici).	Discriminant
<b>3-2-3</b> Points d'information.	Discriminant
<b>3-3</b> L'organisateur soigne l'aménagement des espaces communs.	Standard
<b>3-4</b> L'organisateur livre des infrastructures de stands de qualité aux exposants.	Discriminant
<b>3-5</b> L'organisateur traite les entrées du site et la Foire en général, de façon conviviale et festive afin d'en favoriser l'impact événementiel sur le visiteur.	Standard
<b>3-6</b> L'organisateur adopte des éléments de décors renouvelés et en cohérence avec les éléments majeurs de communication.	Standard
<b>3-7</b> L'organisateur incite les exposants à améliorer la qualité de leurs stands. Au besoin, il les conseille dans cette démarche.	Standard
<b>Référent 4 : Accueil visiteurs (9 critères)</b>	
<b>4-1</b> L'organisateur facilite l'accès des visiteurs à la Foire par des moyens appropriés au regard du site où la manifestation se tient : dessertes en transport collectif, places de parking en nombre suffisant, signalétique dans la ville et dans les gares.	Standard
<b>4-2 L'organisateur met à disposition des visiteurs :</b>	Discriminant
<b>4-2-1</b> Des toilettes (standards et pour personnes à mobilité réduite) réparties sur toute la surface d'exposition et en nombre suffisant. Elles seront entretenues en permanence durant toute la manifestation.	Discriminant

<b>4-2-2</b> Des espaces de repos.	Standard
<b>4-2-3</b> Un espace dédié aux enfants.	Standard
<b>4-2-4</b> Il met en place au moins un point d'accueil et d'information au sein de la foire-exposition.	Discriminant
<b>4-2-5</b> Un point rencontre.	Plus
<b>4-2-6</b> Des caisses en nombre suffisant en vue de limiter l'attente.	Discriminant
<b>4-3</b> L'organisateur garanti l'accessibilité de l'intégralité du site aux personnes à mobilité réduite.	Discriminant
<b>4-4</b> L'organisateur est en conformité avec la loi du 16 janvier 2016 imposant aux professionnels contractant avec des consommateurs de proposer à leurs clients une solution de médiation dans le cadre de la relation contractuelle qui les lie.  Dans ce cas, il s'agit de la prestation de service fournie par l'organisateur au visiteur à savoir, la visite de la foire.  L'organisateur n'est en aucun cas concerné par les différends relatifs à un contrat passé par le visiteur auprès d'un exposant.	Discriminant
<b>Référent 5 : Gestion et accueil des exposants (13 critères)</b>	
<b>5-1</b> L'organisateur accompagne ses clients partenaires et exposants pour leur permettre d'optimiser leur participation à la foire-exposition en les incitant à : - définir leurs objectifs - mettre en place un plan d'actions - mesurer l'atteinte de leurs objectifs  Cette sensibilisation peut se faire par tout moyen : courrier, site Internet, formations, réunions commerciales, etc	Standard
<b>5-2</b> L'organisateur confirme systématiquement par écrit à chaque exposant, dont le dossier a été définitivement validé, son inscription effective à la foire.	Discriminant
<b>5-3</b> L'organisateur conçoit un guide de l'exposant lui permettant d'optimiser sa participation (liste d'hôtels, rappel de ses obligations au point de vue réglementaire et de la sécurité, informations pratiques relatives à la manifestation...).	Discriminant
<b>5-4</b> L'organisateur propose des services complémentaires à l'exposant pour qu'il optimise sa participation à la Foire.	Plus



5-5 L'organisateur informe chaque exposant de son emplacement précis et des dates de montage suffisamment à l'avance pour lui permettre d'organiser son montage.	Discriminant
5-6 L'organisateur envoie à l'exposant les cartes d'accès suffisamment à l'avance pour être exploitables <b>sous réserve de paiement des factures à l'échéance prévue.</b>	Discriminant
5-7 Le stand est livré à l'heure prévue par le contrat avec les prestations demandées par l'exposant, <b>sous réserve de paiement des factures à l'échéance prévue.</b>	Discriminant
<b>5-8 Dès le début du montage</b>	
5-8-1 Les sanitaires sont ouverts.	Discriminant
5-8-2 La sonorisation générale est en état de fonctionner.	Discriminant
5-8-3 Les heures d'ouverture et de fermeture des halls sont communiquées à chaque exposant.	Discriminant
5-8-4 Chaque exposant reçoit un mot de bienvenue ou est accueilli par du personnel de l'organisateur.	Standard
5-8-5 L'organisateur met à disposition sur site une équipe dédiée à orienter les exposants et à gérer les difficultés de dernière minute.	Discriminant
5-9 L'organisateur met en place un gardiennage.	Discriminant
<b>Référent 6 : Communication (10 critères)</b>	
<b>6-1 Communication Exposants :</b>	
6-1-1 L'organisateur présente la marque « Foires de France » à chaque exposant par le biais des outils créés à cet effet dans au moins l'un des supports qui leur est dédié (exemple : Guide de l'exposant).	Discriminant
6-1-2 L'organisateur insère, dans les CGV ou le règlement intérieur de la Foire :	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- une mention invitant les exposants à informer les consommateurs, par une pancarte sur leur stand et un encadré dans leurs offres de contrats, que leurs achats sur la Foire (hors crédit) n'ouvrent pas droit à rétractation.</li> <li>- Une clause leur rappelant que, depuis le 1er janvier 2016, les exposants ont l'obligation légale de proposer à leurs clients consommateurs de recourir, en cas de litige, à un médiateur consommation.</li> </ul>	Discriminant

<p><b>6-2</b> L'organisateur informe les visiteurs, notamment par son site Internet et sur les supports distribués au public, des conditions dans lesquelles s'effectuent les achats sur la manifestation en insérant la mention suivante :</p> <p>« les achats effectués sur la Foire, à l'exception de ceux faisant l'objet d'un contrat de crédit à la consommation, et de ceux résultant d'une invitation personnelle à se rendre sur un stand pour venir y chercher un cadeau, n'ouvrent pas droit à rétractation ».</p>	<p>Discriminant</p>
<p><b>6-3</b> L'organisateur construit un plan de communication précisant le dispositif media et hors media déployé sur la zone de chalandise en amont et durant la manifestation (affichage, presse, radio, TV, marketing direct, Web, Relations presse, communication événementielle...).</p>	<p>Discriminant</p>
<p><b>6-4</b> L'organisateur prévoit un budget exclusivement dédié à la communication médias, hors médias et réseaux sociaux (hors animations).</p>	<p>Discriminant</p>
<p><b>6-5</b> L'ensemble des outils de communication décline de façon coordonnée l'axe retenu, afin d'entretenir un subtil équilibre entre l'offre commerciale et la promesse de divertissement, et d'optimiser la cohérence et la lisibilité du message.</p>	<p>Standard</p>
<p><b>6-6</b> L'organisateur communique sur son site Internet le contenu détaillé de la Foire Exposition. {la liste des exposants par ordre alphabétique et/ou par secteur, le programme des animations, un plan détaillé faisant figurer l'emplacement du commissariat général, du point rencontres, du poste de secours, des distributeurs automatiques, des toilettes...}.</p>	<p>Discriminant</p>
<p><b>6-7</b> L'organisateur communique son appartenance à UNIMEV auprès des exposants et des visiteurs via son site Internet.</p>	<p>Discriminant</p>
<p><b>6-8</b> L'organisateur communique son appartenance à la Charte « Foires de France » en :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- faisant mention à la marque sur ses différents supports de communication,</li> <li>- présentant la marque collective sur son site Internet (cf. article de présentation),</li> <li>- présentant la marque collective lors de prises de paroles auprès des médias (presse, TV) (cf. éléments de langage).</li> </ul>	<p>Discriminant</p>
<p><b>6-9</b> Tous les documents émis par l'organisateur et comportant des éléments chiffrés s'appuient sur <u>les 4 chiffres référencés par l'OJS soumis au contrôle légal</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la surface nette,</li> <li>- le nombre d'exposants,</li> <li>- le nombre de visites</li> <li>- la fréquentation.</li> </ul> <p><u>Seuls les chiffres contrôlés devront être communiqués. Ils devront également être assortis de leurs définitions dans chaque communication.</u></p> <p><b>(cf. annexe 3)</b></p> <p>Lorsque les chiffres de l'année en cours n'ont pas été contrôlés, l'organisateur doit</p>	<p>Discriminant</p>



s'appuyer sur les chiffres contrôlés en N-1.	
<b>Référent 7 : Engagements de l'organisateur au service du collectif</b> (8 critères)	
<b>7-1</b> L'organisateur participe à l'élaboration des statistiques nationales de la filière.	Standard
<b>7-2</b> L'organisateur contribue à la promotion de la marque « Foires de France » auprès des exposants, des visiteurs et de ses partenaires en : <ul style="list-style-type: none"> <li>- adhérant aux actions collectives de promotion,</li> <li>- utilisant le kit de communication « Foires de France ».</li> </ul>	Discriminant
<b>7-3</b> L'organisateur s'engage à saisir au moins tous les deux ans les données de sa foire-exposition dans Cleo, le calculateur de performance événementielle	Discriminant
<b>7-4 Enquête Visiteurs :</b> <b>Foires de moins de 300 exposants</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les organisateurs de Foires de <b>moins de 300 exposants</b> mènent au moins tous les <b>5 ans</b> une enquête visiteurs. Les résultats seront communiqués à UNIMEV</li> </ul> <b>Foires de plus de 300 exposants</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les organisateurs de Foires <b>de plus de 300 exposants</b> mènent au moins tous les <b>3 ans</b> une enquête visiteurs Les résultats seront communiqués à UNIMEV</li> </ul> Un questionnaire tronc commun et un partenariat avec un cabinet d'études ont été mis en place pour accompagner les organisateurs dans cette démarche.	Discriminant
<b>7-5</b> L'organisateur sonde régulièrement ses exposants à travers le dispositif de son choix (réunion, enquête, rdv...). Il communiquera ses résultats à UNIMEV.	Discriminant
<b>7-6</b> L'organisateur s'engage à suivre régulièrement l'évolution de sa zone d'influence et les attentes de la population concernée.	Standard
<b>7-7</b> L'organisateur s'engage à maîtriser et à veiller au contenu de l'offre commerciale. Il sera particulièrement vigilant envers les exposants qui ont des pratiques commerciales douteuses.	Discriminant
<b>7-8</b> L'organisateur s'engage à faire contrôler les résultats chiffrés de sa manifestation (exposants, surfaces, visiteurs, fréquentation) par un organisme de contrôle agréé conformément à la Réglementation des Foires et Salons en vigueur.	Discriminant



**Référent 8 : Réglementation & usages de la profession (7 critères)**

<b>8-1</b> L'organisateur doit respecter la sûreté des personnes, les conditions d'hygiène et la sécurité des biens et des personnes conformément à la réglementation en vigueur.	Discriminant
<b>8-2</b> L'organisateur s'engage à appliquer les usages de la profession reconnus au sein d'UNIMEV de manière globale.	Discriminant
<b>8-3</b> L'organisateur se doit de vérifier l'existence légale de chaque exposant.	Discriminant
<b>8-4</b> L'organisateur a le souci des méthodes de vente des exposants et les sensibilise, notamment pour les secteurs considérés comme à risques, par tout moyen (réunion d'information, guide exposant, lettres, rendez-vous) sur le respect du règlement général en matière des conditions commerciales de ventes et sur les sanctions qu'il prendra à leur encontre en cas de non-respect.	Discriminant
<b>8-5</b> L'organisateur doit prendre des mesures pour lutter contre la vente des titres d'accès à la sauvette.	Standard
<b>8-6</b> L'organisateur prend toutes les mesures pour faire respecter la réglementation relative à l'interdiction de fumer dans les établissements recevant du public.	Discriminant
<b>8-7</b> L'organisateur respecte la Charte professionnelle prévue par UNIMEV sur l'hygiène et la sécurité des salariés en situation de coactivité pendant les opérations de montage et de démontage des foires et salons.	Standard

**Référent 9 : RSE (7 critères)**

<p><b>9-1</b> Sur les différents aspects de l'organisation de la manifestation, l'organisateur s'engage à avoir une démarche en phase avec les exigences de protection de l'environnement et à inciter les différents publics (fournisseurs, prestataires, partenaires, exposants et visiteurs) à suivre cette démarche.</p>	<p align="center">Standard</p>
<p><b>9-2</b> L'organisateur s'engage à être attentif au caractère recyclable des matériaux utilisés pour l'aménagement, la décoration, la signalétique, etc, et à veiller aux économies d'énergie et de matières.</p>	<p align="center">Standard</p>
<p><b>9-3</b> L'organisateur s'engage à mettre en place des dispositions particulières visant au tri et à la valorisation des déchets.</p>	<p align="center">Standard</p>
<p><b>9-4</b> L'organisateur doit favoriser l'utilisation des transports en commun.</p>	<p align="center">Plus</p>
<p><b>9-5</b> L'organisateur doit désigner un responsable des questions de développement durable.</p>	<p align="center">Plus</p>
<p><b>9-6</b> Pour la restauration dont il est à l'origine (exploitation en direct), l'organisateur doit privilégier les menus de saison et les produits locaux ou ceux issus du commerce équitable.</p>	<p align="center">Plus</p>
<p><b>9-7</b> L'organisateur doit proposer un maximum de support de communication sous format numérique et proposer une solution d'inscription en ligne pour les exposants.</p> <p>Pour les éditions « papiers », lorsqu'elles sont indispensables, l'organisateur s'engage à privilégier les « éco-produits » (papier recyclé, sacs réutilisables ou 100 % biodégradables...) et les « éco-labels » (Imprim'vert...)</p>	<p align="center">Standard</p>





GARANTIE



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

## Annexe 1 :

### Règlement d'usage de la marque collective Foires de France

#### **Préambule**

La décision de créer la marque collective Foires de France résulte d'une volonté de la profession d'assurer la pérennité des foires-expositions en développant les bonnes pratiques auprès de l'ensemble de la filière.

Deux outils, uniquement destinés aux Organismes de Foires membres d'UNIMEV, ont été créés à cet effet :

1. La Charte Foires de France : guide des bonnes pratiques pour une manifestation organisée dans les règles de l'art.
2. La marque collective Foires de France et son logo dont l'utilisation est totalement liée à une adhésion à la Charte Foires de France.

#### **Article 1. Objet de la marque collective Foires de France**

La marque collective Foires de France est utilisée par les Organismes de Foires membres d'UNIMEV pour garantir la qualité de leur manifestation. Les organisateurs autorisés à utiliser cette marque s'engagent à respecter les prescriptions du présent règlement d'usage.

La marque collective Foires de France a été enregistrée à l'INPI le 11 octobre 2001 par UNIMEV.

## Article 2. Demande d'autorisation d'usage de la marque collective Foires de France

**L'utilisation** de la marque est inhérente à l'adhésion à la Charte Foires de France. Sans cette adhésion, la marque ne pourra pas être utilisée.

Si toutefois la demande d'adhésion était refusée par le Comité d'Adhésion, une demande pourra être renouvelée l'année suivante. Tout refus sera clairement explicité dans un courrier officiel afin de permettre à l'organisateur d'entrer en conformité avec les critères qui ne satisfaisaient pas les exigences de la Charte. Un accompagnement pourra être apporté à tout organisateur de Foire membre d'UNIMEV qui en ferait la demande.

**Notification de l'autorisation d'usage de la marque** - La décision d'autorisation est notifiée par courrier.

## Article 3. Engagements pris par les organisateurs de Foires membres d'UNIMEV

Est autorisé à utiliser la marque collective Foires de France l'Organisateur de Foires dont la demande d'adhésion à la Charte a été approuvée par le Comité d'Adhésion.

Est autorisé à utiliser la marque collective Foires de France l'organisateur de Foire qui respecte toutes les conditions précisées dans le règlement intérieur de la Charte Foires de France (**cf. règlement intérieur de la Charte Foires de France**).

## Article 4. Modalités d'usage de la marque collective Foires de France

**Usage de la marque** - L'organisateur est autorisé à utiliser la marque Collective Foires de France si et seulement si son adhésion à la Charte Foires de France a été approuvée par le Comité d'Adhésion.

En contrepartie des engagements pris en application du présent règlement, l'utilisateur est autorisé à :

- faire état, dans sa communication destinée aux clients exposants/annonceurs, aux partenaires sponsors ainsi qu'aux autres parties prenantes de son adhésion à la Charte Foires de France.
- apposer, sur l'ensemble des supports de communication liés à sa foire, le logo de la marque Foire de France.

**Communication Internet** - Le présent règlement d'usage, le règlement de fonctionnement de la Charte Foires de France et la liste des utilisateurs de la marque collective seront consultables en ligne sur le site Internet d'UNIMEV.

**Usage conforme** - L'utilisateur de la marque collective Foires de France s'engage à ne pas en faire un usage susceptible d'en altérer l'image ou la réputation.

Il s'engage en outre à respecter les caractéristiques formelles (graphisme, couleurs...) du logo de la marque.

## Article 5. Contribution financière

La création de la nouvelle identité visuelle du logo Foires de France a été possible grâce à la contribution financière apportée par les organisateurs de Foires référencés Foires de France selon les mesures actées lors du congrès UNIMEV 2011.

Pour pouvoir faire vivre la marque à travers diverses actions de promotion, un système de participation financière annuelle est désormais mis en place.

**Exigibilité de la contribution financière** - En cas d'autorisation d'usage par le Comité d'Adhésion, une contribution financière sera exigible à partir du moment où l'adhésion à la Charte Foires de France aura été validée par le Comité d'Adhésion.

### Calcul de la contribution financière :

La base de calcul repose sur le nombre d'exposants en N-1 (chiffres contrôlés par un organisme de contrôle).

### 1<sup>ère</sup> contribution financière pour les nouveaux adhérents à la Charte Foires de France :

- Entre 0 et 300 exposants en N-1 : 350 € HT soit 420 € TTC
- Entre 300 et 600 exposants en N-1 : 500 € HT soit 600 € TTC
- Plus de 600 exposants en N-1 : 750 € HT soit 900 € TTC

### Contribution financière annuelle :

- Entre 0 et 300 exposants en N-1 : 250 € HT soit 300 € TTC
- Entre 300 et 600 exposants en N-1 : 400 € HT soit 480 € TTC
- Plus de 600 exposants en N-1 : 650 € HT soit 780 € TTC

***Une fois l'adhésion validée par le Comité d'Adhésion, cette contribution sera facturée à tous les adhérents de la Charte.***

**Non-paiement de la contribution financière** - Le défaut de paiement de la contribution financière emporte déchéance de l'autorisation d'usage de la marque. Cette extinction du droit d'usage est notifiée à l'utilisateur par courrier.

## Article 6. Extinction du droit d'usage de la marque collective Foires de France

L'autorisation d'utiliser la marque reste acquise à l'utilisateur tant qu'il continue à satisfaire les exigences de la Charte Foires de France.

**Modalités d'extinction** - L'extinction du droit d'usage de la marque résulte :

- de la décision de l'utilisateur de renoncer à l'usage de la marque en renonçant à son adhésion à la Charte Foires de France. L'utilisateur notifie sa décision au Comité d'Adhésion

par lettre recommandée avec accusé de réception. Cette décision n'entraînera en aucun cas le remboursement de la contribution financière qui aura été versée par l'organisateur.

- du non-respect de la Charte Foires de France.
- du non-paiement de la contribution financière.
- de la décision du Comité d'Adhésion de retirer l'autorisation d'usage de la marque en cas de non-respect de la charte Foires de France.
- d'une démission de l'organisateur de Foires d'UNIMEV.
- du non-respect des caractéristiques formelles du logo de la marque.

**Conséquences de l'extinction** - L'extinction du droit d'usage de la marque oblige l'utilisateur à retirer toute référence à la marque de ses supports de communication et conditions générales de vente.

Il est rappelé qu'en cas d'atteinte portée à la marque, une action en contrefaçon pourrait être exercée en référé.

#### **Article 7. Modification du règlement d'usage**

Le présent règlement d'usage peut être modifié par le Comité d'Adhésion.

La décision de modification du règlement d'usage sera présentée aux organisateurs de foires ayant adhéré à la Charte.

#### **Article 8. Compétence des juridictions en cas de différend**

Dans le cas où un différend naîtrait entre UNIMEV, détenteur des droits, et un utilisateur de la marque, concernant l'exploitation de la marque, le tribunal compétent sera le Tribunal de Grande Instance de Paris, en application de l'article L. 716-3 du Code de la propriété intellectuelle et de l'article 46 du Code de procédure civile.



## Annexe 2 :

### Définitions des données chiffrées à mentionner dans les documents émis par l'organisateur de la manifestation

(Sources : ISO 25639-1, Réglementation et usages professionnels en vigueur)

**Surface Nette** : Est considérée comme surface nette occupée par la manifestation la surface payée ou gratuite, couverte ou à l'air libre, occupée par les exposants et portée au contrat, ainsi que la surface consacrée à des présentations ou animations en relation avec le thème de la manifestation, à l'exclusion des surfaces de circulation, d'entreposage ou de bureau à vocation administrative dont l'accès est réservé au seul personnel des exposants.

**Exposants** : Est considérée comme exposant la personne remplissant les conditions suivantes :

- **Exposant principal** : personne physique ou morale qui contracte directement avec l'organisateur d'une manifestation commerciale et présente sur son stand ses propres produits ou services par l'intermédiaire de son propre personnel.
- **Coexposant** : personne physique ou morale qui, au sein d'une surface d'exposition dédiée à une pluralité d'exposants, occupe son propre espace sous sa propre enseigne et présente ses propres produits ou services par l'intermédiaire de son propre personnel.

**Fréquentation** : La fréquentation est la somme des entrées journalières sur le site de la manifestation au cours de ses jours officiels d'ouverture quel que soit le motif d'entrée. Pour le calcul de la fréquentation est pris en compte, sur toute la durée d'ouverture de la manifestation, le nombre total de visites, dites « entrées visiteurs » et le nombre d'entrées des personnels des exposants, calculé à partir du nombre de badges journaliers délivrés par l'organisateur.

**Visites** : Le nombre de visites, dites « entrées visiteurs », est le nombre total d'admissions de visiteurs à une manifestation au cours de ses heures officielles d'ouverture.

### Pour information :

**Visiteurs :** personne qui accède à une manifestation commerciale, dont l'objectif est de collecter des informations, de faire des achats ou de prendre des contacts auprès des exposants

**NOTE 1** Le terme «visiteur» n'inclut pas le personnel de l'exposant, la presse, le personnel des prestataires de services et le personnel de l'organisateur.

**NOTE 2** Un orateur ou un délégué n'est considéré comme visiteur que s'il entre sur la partie exposition de la manifestation.

**Revisite :** Est considérée comme revisite une visite additionnelle d'un visiteur, après la première, pouvant être vérifiée, dès lors qu'elle est effectuée un jour différent de la première





# Ouvrez les parenthèses !

11 rue Friant - 75014 PARIS  
t. +33 (0)1 53 90 20 12 - f. +33 (0)1 53 90 20 19  
[l.bouvier@unimev.fr](mailto:l.bouvier@unimev.fr) - [www.unimev.fr](http://www.unimev.fr)