

Nace AEVEA, agencias de eventos españolas asociadas

Llega otro ejemplo de que el sector sigue con su proceso de reivindicarse como la industria de peso que es. Las agencias de eventos se unen con el objetivo de impulsar una regulación propia y proteger sus derechos a nivel jurídico, financiero y creativo. Nace AEVEA, Agencias de Eventos Españolas Asociadas, nueva plataforma sectorial que arranca con 35 agencias de eventos y el propósito de hacer valer su trabajo.

Según AEVEA, la asociación nace con “el espíritu de crear entre todos unas reglas del juego que refuercen y posicionen el valor de nuestro trabajo, la valoración de los honorarios de los distintos perfiles profesionales y concienciar a las empresas de la necesidad de hacer concursos con criterios responsables, son ejemplos que podemos poner para darnos cuenta de que la asociación nos puede hacer más fuertes”.

La asociación quiere convertirse en un referente con los agentes de interés y plantear mejoras, un foro donde difundir, implantar y defender las mejores prácticas profesionales entre las agencias, empresas, instituciones, escuelas y todo tipo de organizaciones públicas o privadas.

La junta directiva estará formada por Darío Regattieri (Eventísimo) como presidente, Mila Valcárcel (Método Helmer) como vicepresidenta, Luis Gandiaga (Sauver) como secretario, Ramón Alarcón (Below Group) como tesorero, seis vocales: Miriam Molero (Attentive), Ana Mora (Marbet Eventos), César González (EDT Eventos), Francisco Cantero (Neozink), Santiago Goizueta (Quum) y Jesús Huertas (Uila Eventos).

Aprovechamos esta noticia para comer con tres profesionales de la Junta Directiva de AEVEA: Darío Regattieri, Mila Valcárcel y Luis Gandiaga.



Luis Gandiaga



Mila Valcárcel



Darío Regattieri

¿CÓMO EXPRESARÍAIS EL PORQUÉ DE ESTA ASOCIACIÓN?

Somos un gran sector que genera riqueza y empleo – hemos calculado 6.000 millones de euros anuales - y se nos tiene que tratar como tal. El sector tiene muchos satélites, hace vivir a muchas empresas y personas: transportistas, audiovisuales, seguridad, construcción, decoración, catering... Además de tener relevancia económica, trabajamos con un nivel de riesgo importante, lo que hace necesario organizar convenientemente este sector.

No existía agrupación que uniera los intereses de las agencias de eventos: defensa de la creatividad, valoración del trabajo de sus profesionales, formación sobre contratación de servicios de eventos... Necesitábamos organizarnos normativamente, definiendo y estableciendo las mejores prácticas.

Creemos en nuestro sector y queremos construir industria. En otros países el sector de eventos está más reconocido. Vamos a trabajar para equipararnos a otros sectores, como el de la publicidad, que ha conseguido ser reconocido tras organizarse a nivel asociativo.

“**Las agencias estamos en varios convenios diferentes... y queremos definir un marco específico**”

¿QUÉ QUIERE CONSEGUIR AEEVA A CORTO Y LARGO PLAZO?

Los eventos necesitan una regulación propia, que contemple las especificidades del sector. Las agencias estamos en varios convenios diferentes... y queremos definir un marco específico.

Por otro lado, queremos que se valore económicamente la creatividad. Es una partida independiente dentro del presupuesto y demandamos que se respete. Es algo reconocido en estudios de arquitectura o empresas de publicidad... y así debería ser en eventos. Queremos que se establezcan unas mismas reglas del juego que nos permitan poder contratar los mejores profesionales y pagarles como se merecen.

Otros aspectos en los que estamos trabajando incluyen negociar una póliza de seguro que se adapte a nuestras necesidades y permita trabajar con todas las garantías de seguridad.

De forma más amplia, nos interesa que se hagan eventos buenos: todos tenemos un interés en que nuestros eventos y los de la competencia sean efectivos. El hecho de que una agencia haga un evento de calidad es bueno para sus competidores, y para todo el sector. Y viceversa.

Unas buenas prácticas y unas mismas reglas del juego crean industria.

¿CUÁL ES EL PERÍMETRO DE LA ASOCIACIÓN, SUS LÍMITES EN CUANTO A TIPOS DE AGENCIAS?

AEEVA tiene que ser el escaparate del sector. Sus socios tienen que ser agencias de eventos, que den un servicio integral de creatividad, diseño y producción. También está abierta para todas aquellas agencias que tengan una división específica para eventos, aunque su actividad principal sea otra, como las agencias de viajes. Esta especialización, por lo menos parcial, en eventos, es algo que se ve menos en las grandes agencias de publicidad, un candidato menos natural para entrar en AEEVA.

Queremos incluir desde la pequeña agencia de una ciudad mediana, hasta una gran agencia de Madrid. Un vínculo fundamental entre los socios es el compromiso con el código ético y de buenas prácticas de la asociación.

“Todos tenemos un interés en que nuestros eventos y los de la competencia sean efectivos”

¿EN QUÉ SITUACIÓN ESTÁIS?

¡Ha sido increíble! En dos meses, hemos creado la asociación, hecho todo el trabajo administrativo, se han unido 37 agencias, hemos creado la web y conseguido una comunidad de seguidores importante en redes sociales. Se ha elaborado y aprobado el Código Ético y de Buenas Prácticas, con el consenso de todos los socios.

Muchas asociaciones se lanzan siguiendo el impulso de tres o cuatro – aquí hubo una demanda espontánea espectacular de todas las agencias participantes. Muchas agencias están cansadas de luchar en solitario contra cosas que dificultan el buen trabajo. Actualmente somos 37 agencias y estamos en conversaciones con varias empresas que han mostrado interés en sumarse al proyecto.

A nivel interno, hemos establecido los pilares necesarios para que todos tengamos una base común, a través de los estatutos, el código y la definición de una serie de reivindicaciones: unas mismas reglas del juego; concursos reducidos, transparentes, con un briefing concreto; respeto a la propiedad intelectual de las ideas; trato confidencial de los proyectos; definición de referencias de perfiles profesionales del sector. Haremos de estos objetivos el leitmotiv de AEEVA.

LA MEJORA DE LA FORMA DE CONTRATAR EVENTOS PARECE UN PUNTO IMPORTANTE...

Tenemos que hacer valorar lo que ofrecemos. Compras a menudo no está formado en analizar los proyectos en relación a eventos, y se centran en la parte financiera. Queremos hablar claro, explicar cada partida y que se reconozca su valor. Y esto será positivo tanto para los clientes como para las agencias.

Las subastas ilustran esta falta de reconocimiento de la labor de las agencias. Y nuestra labor es esencial, no se puede subastar: los eventos son momentos clave en la vida de las empresas. Un ejemplo es el evento al que da lugar una fusión entre empresas, cuyo valor de comunicación es enorme y nada puede fallar. Los clientes no pueden jugársela con agencias no preparadas y es esencial que perciban el valor añadido que ofrecen, más allá de los números.

Formación, concienciación de la sociedad, justo valor económico... son objetivos a conseguir desde la asociación y vamos a cambiar las cosas.

Y ya un código de conducta

AEEVA ha presentado su código ético ratificado por las agencias fundadoras. Este código deberá ser suscrito por todas las agencias que deseen incorporarse a AEEVA. Plantea “un modelo de conducta para el sector basado en el buen gobierno, la justicia y equidad en las relaciones actuando de acuerdo a las normas, la transparencia en la relación con todos los agentes implicados, la competencia leal, la perdurabilidad, el compromiso con la excelencia y la calidad de los trabajos, la seguridad y responsabilidad con el entorno y el desarrollo de las personas”.

El código será la piedra angular sobre la que pivotarán los trabajos de la asociación y que permitirán posicionar la industria de los eventos como sector importante, no solo por su volumen económico sino también por su comportamiento ético y transparente a la vez que creativo e innovador.

Entre sus valores, podemos citar “gobernar las relaciones mercantiles y laborales con equidad y prudencia”; “actuar de acuerdo con las normas y leyes que regulan tanto la actividad empresarial como su actividad específica en el diseño y producción de eventos, y seguir criterios de justicia y equidad en relación con los clientes, empleados, proveedores, colaboradores y agencias competidoras”, o “ser transparentes en sus relaciones y acuerdos comerciales y laborales”, o “la facturación por honorarios, detallando las partidas de sus presupuestos y facturas, de modo que el cliente pueda conocer cantidades y precios unitarios en la medida de lo posible”, y “el derecho a la transparencia en los concursos en cuanto a la convocatoria y adjudicación de los mismos, así como al respeto de la propiedad intelectual de las ideas presentadas”.

Se comprometen también a trasladar al cliente el objetivo de que se retribuya la participación en los concursos con un porcentaje del montante destinado al evento.

Los empleados, profesionales y proveedores que trabajen en o para una agencia, podrán dirigirse al Comité Mediador de AEEVA, que velará por el cumplimiento del presente código ético.