



*Bonaventure*

L'AGENCE

Communication événementielle durable & désirable  
depuis 2019

Notre moteur : répondre aux plus hautes **EXIGENCES DE NOS CLIENTS**  
sans transiger sur l'**IMPACT POSITIF** de nos actions.



DIVERSITÉ

INCLUSION

SOLIDARITÉ

BIODIVERSITÉ

CIRCULARITÉ

PROXIMITÉ



SÉMINAIRES

GALAS

EXPOSITIONS

TEAM BUILDINGS

SOIRÉES À THÈME

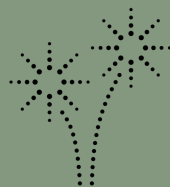
ATELIERS

SENSIBILISATION

CAMPAGNES DE

COMMUNICATION

...



Nous imaginons des **expériences singulières, exigeantes et mémorables** pour marquer les esprits.



Nous maximisons l'**impact social et humain** de votre événement tout en **minimisant son impact sur la planète.**



Nous nous appuyons sur la **circularité** pour des événements **vertueux, rentables et utiles à la société dans son ensemble**, tout en répondant à vos objectifs.

# ILS NOUS FONT CONFIANCE

L'ORÉAL  
Consumer Products



accenture



FABENTECH



SYSTRA



AGE OF UNION

circle



fifteen



Bonaventure a remporté l'OR au Grand Prix Stratégies de la Communication Santé pour son exposition sur l'autisme pour l'association Un Pas Vers La Vie.



CONCEPTION - PRODUCTION - IDENTITÉ - BRAND CONTENT



SCÉNOGRAPHIE - ACTIVATIONS - RAPPORT D'IMPACT



Des événements **AUDACIEUX** et **DÉSIRABLES**,  
la **CIRCULARITÉ** et l'**INCLUSION** au cœur de nos engagements



Thibaut Spiwack

DIVERSITÉ



Emploi de personnes en situation de handicap et mixité hommes / femmes sur toute la chaîne de production.

INCLUSION



Travail avec nos entreprises partenaires du secteur protégé et les ESAT pour l'insertion des personnes éloignées de l'emploi.

SOLIDARITÉ



Don et redistribution des ressources de l'événement à des entités œuvrant en faveur de personnes vulnérables.

BIODIVERSITÉ



Respect du vivant à toutes les étapes de la conception et de la production, et sensibilisation aux enjeux de biodiversité quand cela est possible.

ENVIRONNEMENT



Eco-conception, travail avec des matériaux innovants, recyclés, recyclables, et bas carbone. Bonaventure est membre 1% for the Planet.

CIRCULARITÉ



Location, upcycling, recycling ou don de la décoration et du mobilier. Chaque support a une deuxième vie.

PROXIMITÉ



Recours à des partenaires locaux, réduction des trajets des équipes et recours aux circuits courts, en toutes circonstances.

Confier son événement et ses actions de communication à Bonaventure, c'est **s'engager pour** :

## DES ACHATS RESPONSABLES

**Activation de notre réseau ESAT et EA** et nos partenaires du secteur protégé et **recours à des TIH** (Travailleurs Indépendants Handicapés)

**Approvisionnement local et de proximité** des ressources, et **stratégie de circularité**

Recours à des **prestataires engagés et/ou labellisés**

## DES ACTIONS SOLIDAIRES

**Don et redistribution des ressources** de l'événement à des entités œuvrant **en faveur de personnes vulnérables**

**Don de 1% de notre chiffre d'affaires** au collectif 1% pour la Planète pour financer des associations de préservation de l'environnement.



## UN RAPPORT D'IMPACT

**Des prestations mesurables et mesurées** grâce à la génération post événement d'un **rapport d'impact** incluant le **bilan carbone**, et ce afin de répondre à vos enjeux de transparence interne et externe, et de **CSRD**.







## EXPOSITION GRAND PUBLIC DE SENSIBILISATION À L'AUTISME



### OBJET

Campagne événementielle grand public de sensibilisation à l'autisme.

### CONCEPTION ET RÉALISATION

Une exposition photo pédagogique avec 100 portraits de personnes touchées par l'autisme qui permet de mieux comprendre ce handicap et de contrer les préjugés.

Un dispositif éco-conçu, léger et transportable, pour pouvoir être réutilisé simplement partout en France.

### RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

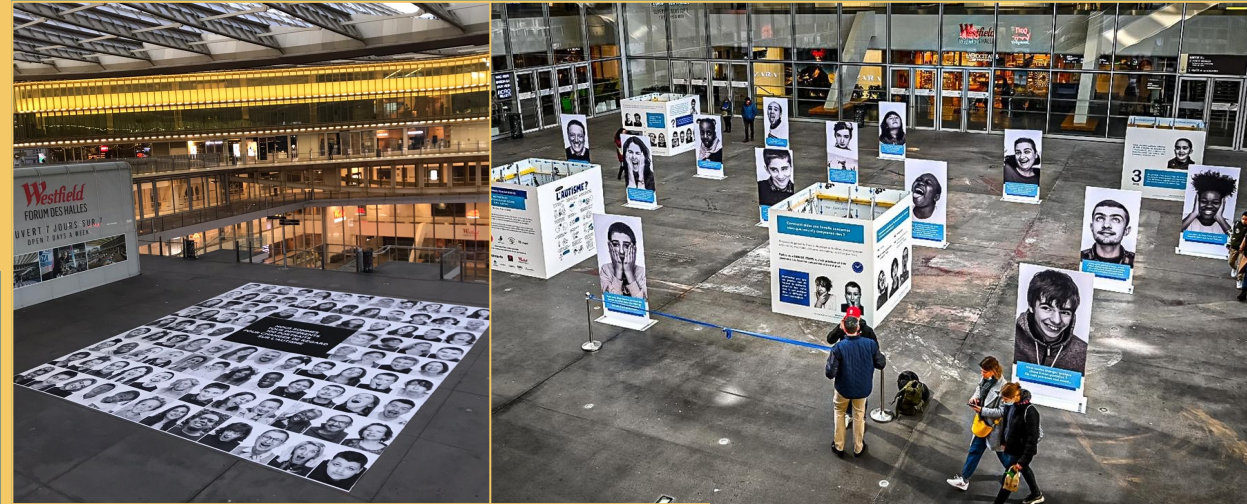
60 000+ visiteurs sensibilisés en 3 semaines à Paris

500 000€ d'équivalent achat media en RP

Déploiement de l'exposition dans plus de 70 collectivités  
OR au Grand Prix Stratégies 2022, Communication Santé

### TÉMOIGNAGE CLIENT

"Un travail d'orfèvre tant sur la stratégie des contenus que le dispositif technique, merci à Bonaventure de faire rayonner l'autisme à travers la France depuis 2022" - Sandrine Coeur-Bizot, Directrice de UPW





## SOIRÉE DE FIN D'ANNÉE

### OBJET

Conception et production d'une soirée de fin d'année pour 500 personnes de différentes Business Units.

### CONCEPTION ET RÉALISATION

WINTER PARTY 2023, une soirée festive sur les toits de Paris dans le lieu insolite qu'est Le *Dernier Étage* pour célébrer le passage à l'année 2024.

Une thématique des années folles pour faire écho aux derniers Jeux Olympiques s'étant tenus dans la ville de Paris il y a 100 ans.

Une identité de décoration riche avec un univers Art Déco, qui se mélangeait parfaitement avec la Tour Eiffel qui se tenait en ligne de mire des invités.

- Animations culinaires
- Soirée dansante
- Animations en close up
- Photocall

### RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

Une première édition de soirée de fin d'année commune à toutes les BUs.

Don d'une partie de la décoration à la FSEF.

Ré-emploi des panneaux de signalétique qui se sont vus donner une nouvelle vie.



## CABINET DE CONSEIL SOIRÉE DE GALA 30 ANS PLATEFORME ESG

### OBJET

Soirée de gala pour les 30 ans de l'offre ESG du cabinet (300 invités).

### CONCEPTION ET RÉALISATION

Une soirée engagée en trois temps forts au Trianon, au cœur de Paris 18<sup>ème</sup>  
Acte 1 : Plénière Les Acteurs du Développement durable faisant intervenir experts et clients.

Acte 2 : Stand-up de Karim Duval, humoriste, pour aborder les enjeux du développement durable de manière décalée.

Acte 2 : "Cocktail dînatoire au Coeur de la biodiversité" avec le Chef étoilé Thibaut Spiwack (animation bar à fleurs, ateliers de cuisine durable...)

### RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

Cocktail dînatoire zero déchet, zero plastique, sourcé à 80% en Île de France

Décoration florale 100% francilienne, offerte aux invités à leur départ

Don de toute la décoration excédentaire à la FSEF, partenaire Bonaventure

### TÉMOIGNAGE CLIENT

« C'était un réel plaisir pour moi et l'équipe de travailler avec Bonaventure. Votre accompagnement, exigence et conscience socio-environnementale ont répondu exactement à nos attentes et j'espère que nous aurons l'occasion de collaborer sur de nombreux projets. » *Event Marketing Officer*





# CAMPAGNE DE COMMUNICATION INTERNE JOURNÉE INTERNATIONALE DES DROITS DES FEMMES

## OBJET

Imaginer et produire la campagne de communication de la Journée Internationale des Droits des Femmes le 8 mars 2023 pour les collaborateurs de Accor à travers le monde, en français et en anglais.

## CONCEPTION ET RÉALISATION

DiscovHER, un concept qui dévoile les parcours inspirants des femmes au sein du Groupe pour donner à voir aux collaboratrices et futures candidates l'étendue de leurs possibilités, et lever les barrières à leurs ambitions.

- Un niveau corporate pour **inspirer** : création de 5 podcasts autour de 5 portraits de femmes inspirantes au sein de Accor qui racontent leurs parcours atypiques, leurs challenges et réussites sur les 5 continents.
- Un niveau participatif pour **mobiliser** : une incitation à poster sur les femmes qui inspirent chaque collaborateurs via un kit de communication et des templates.

## RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

- 1 000+ retombées digitales.
- Podcasts à présent utilisés comme outils de onboarding
- 230 000 collaborateurs sensibilisés
- Un concept 'DiscovHER' qui continue d'être déployé en 2024

## TÉMOIGNAGES

« Nous apprécions particulièrement collaborer avec l'agence Bonaventure. Leur approche flexible et humaine correspond parfaitement à nos valeurs. Leur écoute attentive et leur adaptabilité sont des atouts précieux, faisant d'eux des partenaires de confiance. »

## #AccorDiscovHER

Chaque femme est unique. Accor s'attache à ce qu'elles puissent toutes évoluer et grandir au sein de l'entreprise, pour accomplir leurs rêves et être pleinement elles-mêmes.

Dévoilons leurs parcours inspirants qui font la fierté du Groupe !

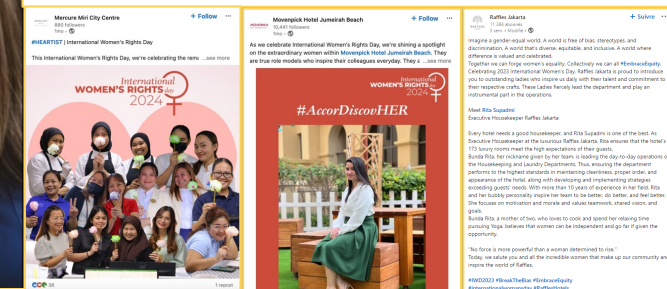


## #AccorDiscovHER



Amery Burleigh

General Manager  
Rixos Premium Seagate, Egypt





## GALA DE LEVÉE DE FONDS

### OBJET

Conception et organisation du gala annuel de levée de fonds de l'association Un Pas Vers la Vie.

### CONCEPTION ET RÉALISATION

En 2022, une soirée dans les étoiles avec Thomas Pesquet et 300 invités au Pavillon Cambon pour un cocktail, une conférence et un dîner surprise en trompe l'oeil.

En 2023, une soirée musicale avec Vianney et 300 invités au Pavillon Dauphine, réunis autour d'un cocktail casino solidaire et un concert exclusif.

### RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

- + 80% de tickets vendus à la tombola
- + 40% de tables réservées au gala  
*(en 2022 et 2023 vs les années précédentes)*

### TÉMOIGNAGE CLIENT

"Merci Bonaventure pour votre dynamisme, professionnalisme et capacité à rebondir dans les situations les plus compliquées. Une agence fidèle aux valeurs qu'elle revendique. Merci pour votre accompagnement." *Eglantine Éméyé, Présidente de UPVV*





## SÉMINAIRE

### OBJET

Séminaire de rentrée de 2 jours / 1 nuit pour renforcer le lien entre les équipes.

### CONCEPTION ET RÉALISATION

Une mise au vert pour 110 personnes mêlant détente, sensibilisation et team building sous la forme d'un challenge éco-responsable : dégustation d'insectes, pétanque en situation de malvoyance, powerpoint karaoke... ont permis de lier divertissement et enjeux du développement durable de manière ludique et positive.

Un cocktail en blanc suivi d'un dîner assis et d'une soirée dansante ont contribué à renforcer le lien entre les équipes.

### RÉSULTATS + BÉNÉFICES

Une business Unit reboostée après 24 heures ensemble, et un groupe sensibilisé aux enjeux RSE grâce au Team Building.

### TÉMOIGNAGE CLIENT

« Un grand merci à Bonaventure pour l'organisation et la gestion de notre staff day 2023 ! Les équipes ont beaucoup apprécié le séjour et les activités ! » - *Audit Consultant*





## ÉVÈNEMENT SPORTIF DE SENSIBILISATION AU HANDICAP

### OBJET

Concevoir et produire un événement annuel inter-entreprises (Accor, Disney, Egiom, Unilever, Verisure...) pour changer les regards des collaborateurs et de leurs proches sur le handicap.

### CONCEPTION ET RÉALISATION

ENSEMBLE, un événement au coeur de la forêt de Meudon incluant depuis 2018 une course solidaire par équipes mêlant coureurs valides et en situation de handicap (réelle ou simulée), une initiation à des disciplines paralympiques et un espace de job dating permettant de faire se rencontrer entreprises et grand public en situation de handicap en recherche d'emploi.

En 2021, Ensemble est devenu hybride avec Ensemble TV pour s'adapter aux contraintes sanitaires.

### RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

- 4000+ collaborateurs sensibilisés au handicap depuis 2019
- Un cumul de 50 000€+ versés à des associations depuis 2018
- Des entreprises partenaires fidèles d'une année à l'autre

### BEST OF 2022 (VIDÉO 1 MINUTE) :

<https://www.youtube.com/watch?v=5SVqU50diZO>





## CAMPAGNE ÉVÉNEMENTIELLE DE SENSIBILISATION (ENG)

### OBJET

Informier et sensibiliser les collaborateurs Danone à la certification B Corp de manière simple, ludique et efficace en vulgarisant des contenus complexes.

### CONCEPTION ET RÉALISATION

House of B Corp : une campagne d'affichage multi-canal et une activation événementielle

-Guérilla marketing : des messages courts qui interpellent les collaborateurs de manière immédiate (ascenseurs, espaces dynamiques, salles de réunion, toilettes..)

-Corner House of B Corp : création d'un appartement B Corp au sein des locaux pour faire vivre B Corp sur le fond (rollups, boards, écrans) et la forme (scènettes, présentation de produits...)

-Relai digital : diffusion continue sur écrans, outils de comm internes (Workplace) et réseaux sociaux.

### RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

- 500+ collaborateurs sensibilisés sur le mois de mars 2023
- Des contenus redéployés au siège FR, et en Amérique du Sud
- Une activation déclinée au siège FR, à Amsterdam et à Singapour





## OBJET

A l'occasion de la SEEPH 2022, Accenture France souhaitait interpeler ses collaborateurs sur le handicap et combattre les idées reçues à travers la thématique des arts..

## CONCEPTION ET RÉALISATION

Une exposition originale au sein des locaux d'Accenture qui montre le handicap sous un jour nouveau en présentant 15 portraits de personnalités artistiques dessinés spécialement pour l'occasion par deux **illustrateurs autistes**. Frida Kahlo, Beethoven, Jamel Debbouze, Selena Gomez ou Whoopi Goldberg ont un point commun : ils étaient ou sont tous en situation de handicap !

Le handicap peut être une force et n'empêche en rien l'accomplissement d'un destin exceptionnel comme le rappellent ces 15 histoires hors du commun mêlant handicap, talent et créativité.

## RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

- 1 000+ collaborateurs sensibilisés au handicap
- Des portraits qui ont tellement plu qu'ils ont fait l'objet d'un jeu concours pour être gagnés par les collaborateurs à l'issue de l'exposition
- Une confiance renouvelée en 2023 et en 2024

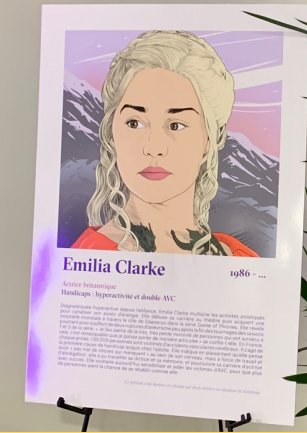


**Vincent Van Gogh** 1853 - 1890

Artiste néerlandais  
Handicaps : trouble bipolaire, hallucinations

Dès son plus jeune âge, Vincent Van Gogh trouve dans la peinture un terrain d'expression fertile, remède au sentiment de solitude qui le pèse. Malgré ses fragilités psychologiques, il travaille avec acharnement pour développer son art, se liant d'amitié avec de nombreux artistes. Mais l'abus d'absinthe et la fatigue aggravent son état mental. À la suite d'une violente dispute avec Paul Gauguin, Van Gogh se coupe la gorge avec un rasoir puis retourne l'arme contre lui-même et se tranche l'oreille. Cet épisode sera suivi de nombreuses phases d'hallucinations auditives et visuelles qui le conduiront à l'internement à plusieurs reprises. Persuadé que la folie le guette et que seul son travail peut le sauver, le peintre connaît une période très productive, il peint avec hâte et ferveur, dès que son état mental lui laisse des moments de répit. Faites de spirales, de remous et de lumières provocantes, ces toiles sont la démonstration de la tension et l'exaspération permanentes qui l'animent. Plus de cent cinquante psychiatres ont tenté d'identifier sa maladie, qui a fait de lui un génie créatif unique.

Ce portrait a été dessiné et colorié par deux artistes en situation de handicap.

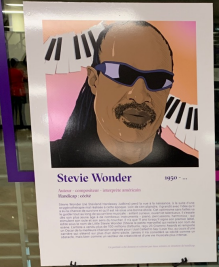


**Frida Kahlo** 1907-1954

Artiste peintre mexicaine  
Handicaps : polyomyélite et paralysie

La peintre mexicaine est atteinte de poliomyélite à l'âge de six ans, avant d'être victime d'un grave accident de bus à 18 ans, se brisant le bassin, les côtes et la colonne vertébrale. Son état l'oblige à rester alitée. Pour vaincre l'ennui et la douleur, elle se forme elle-même à la peinture et déclare alors : « Je ne suis pas morte et j'ai une raison de vivre. Cette raison, c'est la peinture ». Son oeuvre est majoritairement peinte en position allongée, depuis son lit : sa mère lui fabrique en effet un chevalet spécial et fait installer un baldaquin au-dessus de son lit avec un miroir pour ciel. Elle peut ainsi se servir de son reflet comme modèle, ce qui constitue probablement l'élément déclencheur de la splendide série d'autoportraits qu'elle réalisera et qui lui vaudront une renommée artistique mondiale.

Ce portrait a été dessiné et colorié par deux artistes en situation de handicap.



**Stevie Wonder** 1950 - ...

Handicap : cécité



## ÉVÈNEMENT B2C ACTIVATION DE MARQUE

### OBJET

Concevoir et produire un événement pour animer la communauté FAGUO à Nantes et à Montpellier, faire vivre un moment hors du temps et sensibiliser aux enjeux des arbres et des forêts.

### CONCEPTION ET RÉALISATION

Une échappée belle « Bike & Forest » dupliquée à Nantes et à Montpellier où une trentaine de participants part en forêt FAGUO à vélo depuis la boutique (20km). Une fois en forêt, ils profitent d'un apéro du terroir local et d'un atelier de plantation d'arbre qui explicite l'importance de l'écosystème forestier. Un bol d'air entre ville et nature pour échanger et se ressourcer.

### RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

- Deux apéros Bike & Forest complets qui s'inscrivent dans la stratégie de mission de la marque
- Une activation du tissu commercial local de Pignan, et de Nantes
- 40 personnes sensibilisées aux enjeux de biodiversité

### BEST MONTPELLIER

<https://www.youtube.com/watch?v=ltnuG6sVHhw>



# L'ORÉAL

## CONCEPTION ET PRODUCTION D'UN STAND 100% ECO-RESPONSABLE

### OBJET

Concevoir et produire un espace au sein du Retail Lab L'Oréal pour valoriser la démarche développement durable du groupe auprès de l'interne et des publics BtoB (en anglais).

### CONCEPTION ET RÉALISATION

Un parcours didactique 100% éco-conçu pour délivrer le message responsable du groupe de manière immédiate et durable. De l'aménagement de l'espace au choix des matériaux, de l'approvisionnement en matières premières à la production de vidéos pédagogiques, chaque élément de l'espace a été pensé pour créer une symbiose entre le fond et la forme, et porter de manière d'autant plus forte le discours du groupe.

Ex. étagères en pots de yaourt ou en chutes de tissus recyclés, supports imprimés en 3D à partir de plastique recyclé, utilisation de bois PEFC, appareils audiovisuels de seconde main...

### RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

Un espace qui devait initialement rester en place pendant 1 an et qui permet aux marques du groupe de sensibiliser les visiteurs du Retail Lab de L'Oréal depuis maintenant plus de 3 ans.



## OBJET

Concevoir une campagne de communication pour activer le partenariat de Coloplast avec le champion de handbike Mathieu Bosredon auprès des publics spécifiques de la marque.

## CONCEPTION ET RÉALISATION

"En avant », un concept fédérateur pour inspirer les personnes en situation de handicap, les inciter à reprendre une activité physique et à voir le champ des possibles qui s'ouvre à eux. Un message de liberté, d'autonomie et d'optimisme qui permet de voir l'homme au-delà du handicap. Un concept fidèle aux valeurs de Mathieu et de Coloplast que Bonaventure a décliné avec une campagne d'affichage et RS, un jeu concours et des publi-rédactionnels.

## RÉSULTATS / BÉNÉFICES / IMPACT

Un lancement interne auprès des collaborateurs de Coloplast qui a suscité l'enthousiasme et l'adhésion.  
Une activation en externe qui touche les publics de Coloplast et permet à la marque d'asseoir son positionnement innovant et positif.

## TÉMOIGNAGE CLIENT

" Bonaventure a su créer une histoire d'une grande justesse autour de ce partenariat, merci de votre accompagnement stratégique et créatif !".  
*Gwenaëlle Bongui Senior Marketing Manager FR*

# GRAND JEU CONCOURS

Du 6 décembre 2023 au 30 juin 2024

**SE COUCHER.  
IL N'Y A QU'EN  
BOXE OU AU POKER  
QUE ÇA SIGNIFIE  
ABANDONNER.**

Partagez une expérience hors du commun avec un champion qui va toujours de l'avant : Mathieu Bosredon, n°1 mondial de handbike.

**POUR JOUER**

scannez ce QR code, répondez à notre QUIZ et gagnez des séjours exceptionnels pour soutenir Mathieu à Paris en 2024 !

En avant !

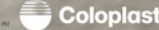


coloplast.fr/jeu-concours-mathieu



Cette grande opération d'affichage est exclusivement réservée aux personnes inscrites à la Base de Données des personnes en situation de handicap (BDSD) ou à la Base de Données des personnes en situation de handicap (BDSD) de Coloplast. L'opération est ouverte à tous les participants de notre site internet et de nos magasins. Toute personne ne disposant pas de coordonnées validées de la Base de Données des personnes en situation de handicap ne pourra pas participer à cette opération. Les participants qui ne disposent pas de coordonnées validées de la Base de Données des personnes en situation de handicap ne pourront pas participer à cette opération. Les participants qui ne disposent pas de coordonnées validées de la Base de Données des personnes en situation de handicap ne pourront pas participer à cette opération. Les participants qui ne disposent pas de coordonnées validées de la Base de Données des personnes en situation de handicap ne pourront pas participer à cette opération. Les participants qui ne disposent pas de coordonnées validées de la Base de Données des personnes en situation de handicap ne pourront pas participer à cette opération.

#ColoplastEnAvant



**LA DISTANCE  
PARCOURUE  
PAR UN HOMME  
NE SE MESURE  
PAS QU'EN KM.**

Fiers de soutenir Mathieu Bosredon, numéro 1 mondial de handbike, utilisateur de produits Coloplast et preuve vivante que le handicap n'empêche pas d'avancer.



**PARFOIS  
C'EST EN SE  
COUCHANT  
QUE L'ON SE  
RELÈVE.**

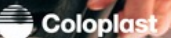
Fiers de soutenir Mathieu Bosredon, numéro 1 mondial de handbike, utilisateur de produits Coloplast et preuve vivante que le handicap n'empêche pas d'avancer.



**AUCUNE  
SENSATION  
DANS LES  
JAMBES,  
UN MILLIARD  
DANS  
LA TÊTE.**

Fiers de soutenir Mathieu Bosredon, numéro 1 mondial de handbike, utilisateur de produits Coloplast et preuve vivante que le handicap n'empêche pas d'avancer.

#ColoplastEnAvant



# À l'origine de *Bonaventure*



Marlène **BERTRANINE**

**Plus de 15 ans d'expérience en stratégie et gestion de projets de communication.**

Après 10 ans passés chez DDB Paris en agence de publicité sur de grands comptes et campagnes multiprimées, Marlène part 3 ans à Londres pour des missions de consulting communication auprès de startups et d'institutions culturelles puis rejoint la Rmn-Grand Palais à Paris pour superviser la communication de ses différents musées. Marlène co-fonde Bonaventure avec la conviction que performance et responsabilité peuvent aller de pair. Elle est diplômée de Sciences-Po Paris et enseigne la communication RSE en Master à l'INSEEC.



Marie **CAZAUX**

**Plus de 20 ans d'expérience en brand management et production événementielle.**

Après 13 ans passés à Toronto chez l'annonceur, Marie rejoint Publicis France à la direction des événements santé & bien être. Trois ans plus tard, Marie part à Londres où elle dirigera les événements de la division luxe du groupe Hearst - poste pour lequel elle sera lauréate d'un prix national. Marie co-fonde Bonaventure afin de mettre son expertise au service de ses engagements. Marie est franco-canadienne anglophone, et titulaire d'un Bachelor à la Ryerson University de Toronto. Elle enseigne l'événementiel RSE en Master à l'INSEEC et Sup de Pub.



## NOTRE HÉRITAGE

Si Bonaventure est fondée en 2019, tout commence par une rencontre au printemps 1940 entre Jean et Juliette, futurs M. et Mme Bonaventure et grands-parents de Marie et Marlène.

De Jean Bonaventure, charpentier, elles ont hérité le goût de la structure et la conviction que rien ne dure sans fondations solides, pensées pour accueillir les projets les plus fous.

De Juliette Bonaventure, maraîchère, elles ont conservé l'envie de faire croître ces projets, de nourrir chaque idée avec créativité et méticulosité pour qu'elles portent les meilleurs fruits.





*Bonaventure*

L'AGENCE

Communication événementielle durable & désirable  
depuis 2019