

Informations pratiques

- ❑ **Principaux sujets traités dans ce séminaire:**
 1. La **communication hors médias**.
 2. La **communication événementielle**.
 3. Le **projet événementiel**: définition et conception d'un projet événementiel.

- ❑ **Calendrier:**
 - **7 séances de 3h** (tous les mercredis de 10h à 13h).

- ❑ **Organisation:**
 1. **Cours magistral**.
 2. **Travaux et exposés individuels**.
 3. **Travaux et exposés en groupe**.

1^{ère} PARTIE: LA COMMUNICATION EVENMENTIELLE

La communication événementielle

□ Définition: **La communication événementielle ...**

1. ... est la **programmation** et la **réalisation** de **manifestations** et d'**actions ponctuelles**

- ✓ **manifestations** sportives, culturelles, commerciales, sociales, ...
- ✓ **actions ponctuelles** – animations « de rue », animations et opérations commerciales, ...

2. ... pour ...

- ✓ **faire connaître et valoriser** (des produits et des marques, des activités et des métiers, des territoires, des patrimoines, ...);
- ✓ **faire passer et partager** (des messages, des valeurs, des croyances, ...);
- ✓ **faire aimer** (des performances, des nouveautés, ...)

La communication événementielle

□ *Quelques types d'événements en communication des organisations*

A) Événements « grand public »: mise en scène d'un événement face à un public – spectateur:

1. **spectacles** (concerts, théâtres, spectacles vivants, ...).
2. **festivals** (de musique, de danse, ...).
3. **expositions** culturelles.
4. **colloques, séminaires, conférences, débats.**
5. **événements sportifs** (compétitions, ...).
6. **fêtes et événements populaires** (foires, kermesses, tournois, brocantes, ...).
7. **foires et salons commerciaux.**
8. **événements corporate** (journées porte ouverte; inaugurations; soirées gala; ...).

La communication événementielle

Vidéo (Pôle Emploi, 2010):

Le chef de projet événementiel

❑ Quelques types d'événements en communication des organisations

B) Événements pour public « interne » (à l'entreprise, à une organisation):

1. **assemblées générales.**
2. **conventions; séminaires** d'entreprise,
3. **événements de motivation** ou « **incentive** » (**prime** en nature – cadeaux – ou en espèces; **voyage** entreprise - de motivation, de stimulation, ...).
4. **événements festifs en entreprise** (animations ludiques; team building, journées de la famille, ...).
5. **challenge sportif/outdoor.**

La communication événementielle

❑ A retenir:

❑ Quelques caractéristiques générales d'un événement:

1. L'événement se produit à un (ou plusieurs) endroit(s): **localisation de l'événement.**
2. L'événement se produit pendant une certaine période: **date** et **durée de l'événement.**
3. L'événement offre un ensemble d'activités en présence d'un public: **prestations de l'événement.**
4. Les prestations de l'événement occupent un lieu: **scénographie de l'événement.**
5. Les prestations de l'événement se déroulent dans le temps: **programme (conducteur) de l'événement.**
6. Tout événement est conçu et réalisé suivant un plan précis: **plan de communication événementielle.**
7. L'événement est conçu et réalisé par une personne ou un collectif de personnes: **organisateur d'événements** et/ou **équipe porteuse** (comité d'organisation)

La communication événementielle

❑ Exemple: festival de cinéma:

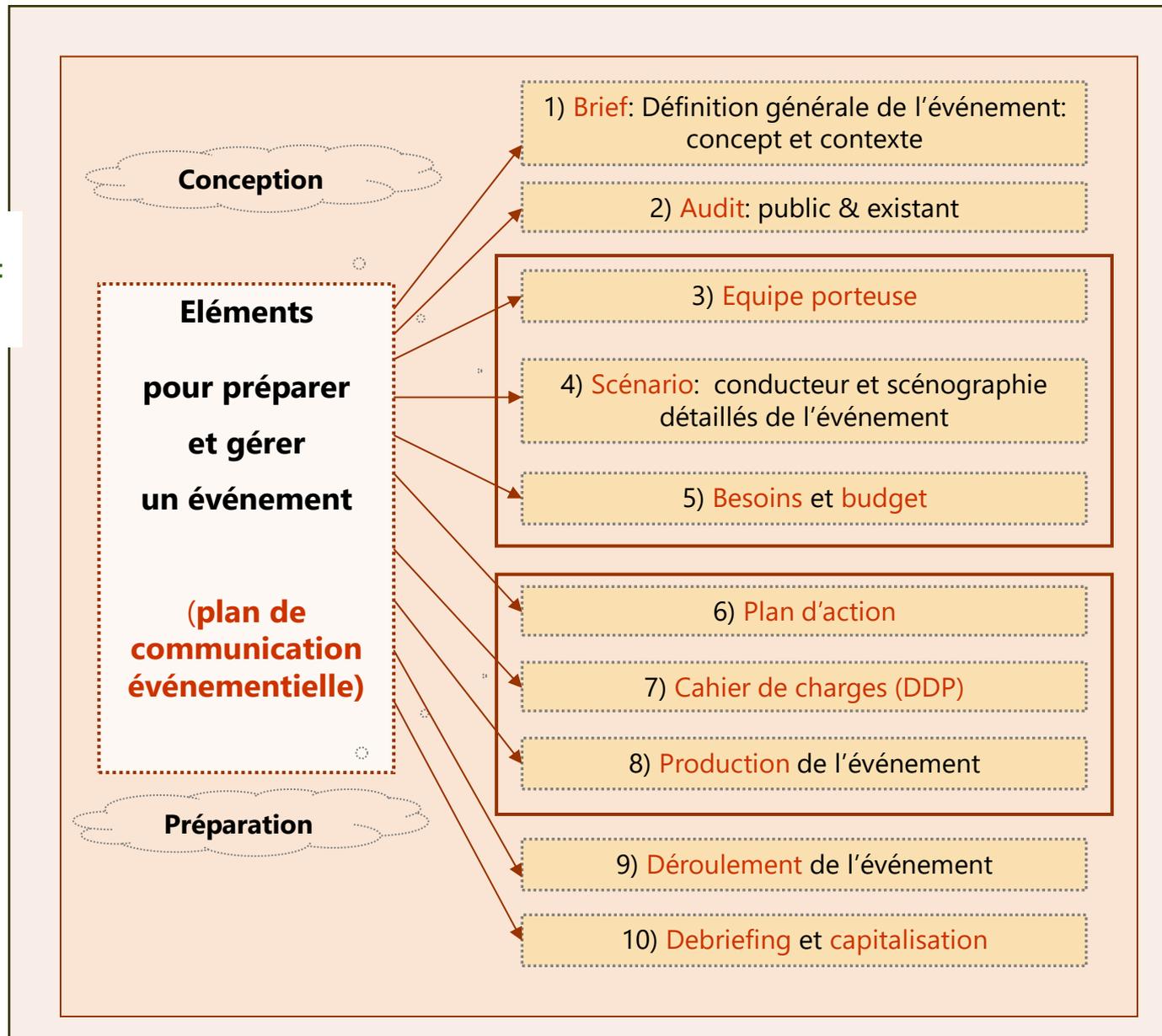
1. **Localisation:** festival de cinéma sud-est asiatique dans telle ville, telle institution,
2. **Période:** date du début et de la fin du festival; durée du festival (nombre de jours, ...).
3. **Prestations:** projections de films; projections et débat; rencontres avec metteurs en scène et acteurs; conférences et tables rondes, exposition et vente de DVD,
4. **Scénographie de l'événement:** organisation de la ou des salles de projection, de la ou des endroits de rencontres avec acteurs, du point de vente, du point buffet,
5. **Programme de l'événement:** calendrier des projections, des conférences, des rencontres avec artistes,
6. **Plan de communication événementielle:** synopsis (bref) du festival, étude de l'existant, scénario du festival, plan d'actions pour réaliser le festival, cahier de charges.
7. **Organisateur de l'événement/équipe porteuse:** personne en charge du festival.

2ème PARTIE:**LE PROJET EVENEMENTIEL
(PLAN DE COMMUNICATION EVENEMENTIELLE)**

- 1) Les étapes d'un projet événementiel – une vue d'ensemble**
- 2) Discussion de chaque étape.**
- 3) Projet de groupe.**

Les principales tâches pour préparer et réaliser un événement

Principales tâches pour préparer un événement



1^{ère} étape: Le brief

Le brief d'une communication événementielle

❑ **Brief = résumé structuré du projet**

❑ Présentation *générale* en **8 points** ...

1. ... **Type de l'événement** (concert, exposition, salon, ...);
2. ... **Thème**, « **message** » de l'événement;
3. ... **Objectifs visés** par l'organisateur de l'événement;
4. ... **Publics visés** par l'événement;
5. ... **Éléments principaux** à prendre en compte dans la réalisation de l'événement;
6. ... **Date**, **lieu** et **durée** (pressentis) de l'événement;
7. ... **Coût approximatif** de la production et réalisation de l'événement;
8. ... **Recettes** probables.

**Le brief d'une
communication
événementielle**

☞ **Exemples:**

1) Type d'événement:

- ☞ *concert* (classique, rock, ...) *exposition* (...), *journée « portes ouvertes »* (...), *voyage organisé, séminaire, ...*

2) Thème, « message »,

- ☞ le concert (l'exposition, la journée PO, ...) *est consacré* à la musique baroque, à l'oeuvre de, à ...,
- ☞ Le slogan, le message central de l'événement est « *à la découverte de ...* »

3) Objectifs visés: ce concert permet ...

- ☞ à l'organisation X de *faire connaître* la musique baroque auprès de ...,
- ☞ à contribuer à un *climat plus favorable* entre ...
- ☞ à se positionner en tant que ...,
- ☞ ...

4) Publics: (concert)

- ☞ les *publics* amateurs de ..., les étudiants de/en,

Le brief d'une communication événementielle**Exemples:****5) Eléments principaux:** *l'organisation du concert exige ...*

- ☞ l'invitation de musiciens (d'un orchestre), ...
- ☞ la réservation d'une salle ...
- ☞ la préparation de l'accueil et du suivi du public,
- ☞ la prise en compte de règles de sécurité,
- ☞ la diffusion de l'annonce de l'événement dans la presse, ...
- ☞ etc.

6) Date, lieu et durées pressentis:

- ☞ le AA à 00h00 pour une durée de ...

7) Coût:

- ☞ une première estimation - environ ... en tenant compte de ...

8) Recettes possibles: (concert)

- ☞ ticket d'entrée, vente du catalogue, vente de CD, dons, ...

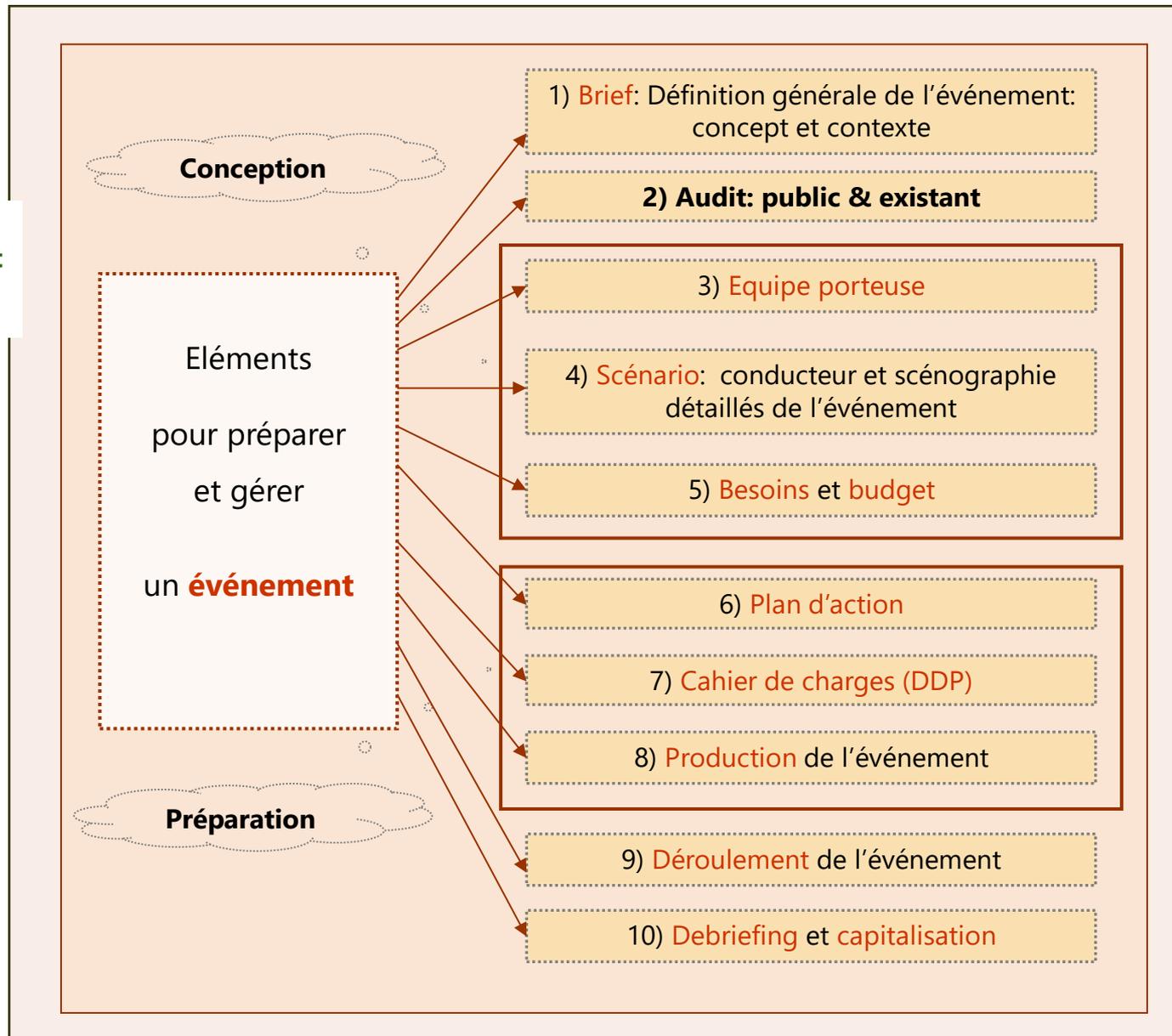
Le brief d'une communication événementielle

- Note: **l'objectif du brief** est ...
 - de fournir les **informations générales** qui permettent **aux parties prenantes** de prendre la décision de réaliser ou non un événement.

- C'est, en général, un **document assez bref** (de quelques 2 à 4 pages)
 - ☞ Ce document s'appelle donc « **brief** » mais aussi « **note de cadrage** » ou encore « **synopsis** ».

2^{ème} étape: L'audit

Principales tâches pour préparer un événement



L'audit d'une communication événementielle

□ **Audit:**

✎ Définition:

✎ **Analyse** qui doit apporter les éléments pertinents pour évaluer avec précision ...

✎ ... **l'opportunité** de se lancer dans la réalisation d'un événement.

L'audit d'une communication événementielle

□ **L'audit** se différencie en deux parties:

1. Le ou les **public(s)** visé(s): **l'audit du public**

☞ fait partie de l'audit du marché ou de l'étude de marché

2. **L'existant: l'audit de l'existant**

L'audit d'une communication événementielle

❑ 1) L'audit du public (qui est supposé d'assister, de participer à l'événement)

1) **Points** à élucider:

- 1) Quelle **population** ?
- 2) Son **profil socioprofessionnel** ?
- 3) Sa **taille** ?
- 4) Son **profil socioculturel** (valeurs partagées, comportements, styles de vie, ...)?
- 5) Sa **localisation** ?

2) **Techniques, méthodes:**

1. **Veille documentaire** (études de marché, données publiques, informations diverses sur le web et les réseaux sociaux).
2. **Méthodes quantitatives:** sondage (questionnaire), ...
3. **Méthodes qualitatives:** focus groups, brainstorming, ...

L'audit d'une communication événementielle

❑ 2) L'audit de l'existant

2 questions à élucider:

❑ 1) Evénements comparables déjà réalisés:

- ☞ par qui? quel impact? écueils à éviter? quoi reprendre? quoi améliorer? comment se distinguer,?...
- ☞ « benchmarking »

❑ 2) Quels acteurs sont-ils nécessaires pour réaliser l'événement ?

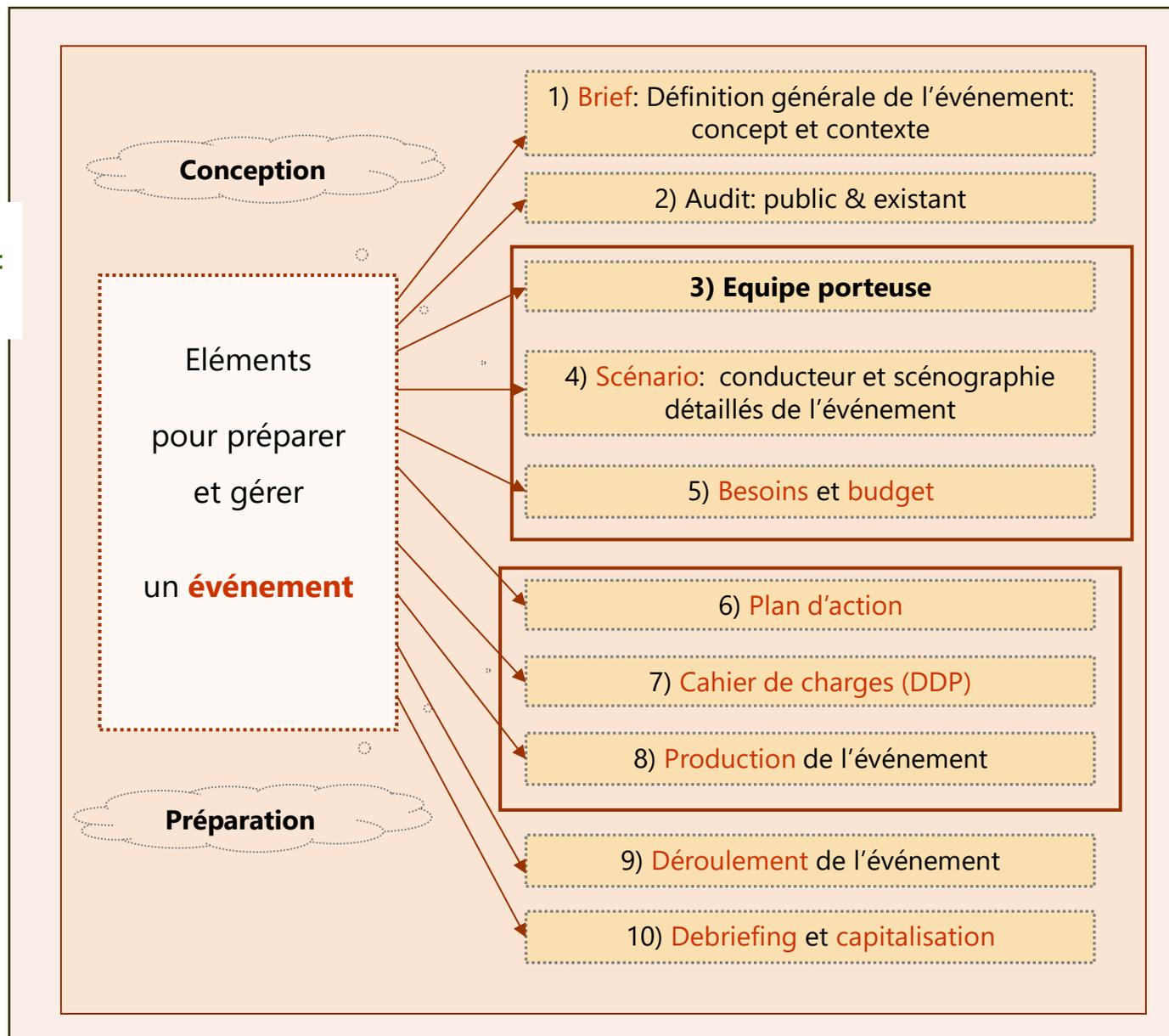
- **Prestataires externes** pour aider à monter l'événement.
- **Intervenants, participants** (artistes, exposants, animateurs, ...).
- **Administration et services** (réglementation, sécurité, ...).
- **Média** pour diffuser et valoriser.
- **Sponsors, mécènes/donateurs** *individuels*.

Méthodes, techniques:

- 1) **Veille d'information**
- 2) **Réseautage** (carnet d'adresse, internet, réseaux sociaux, ...).

3^{ème} étape: Equipe porteuse de l'événement

Principales tâches pour préparer un événement



**L'équipe porteuse
d'une communication
événementielle**

- ❑ Désigner un **chef de projet** (si ce n'est pas le chargé de la communication):
 - aussi : « **organisateur de l'événement** »
 - ☞ Note: **l'organisateur d'événements** est un **métier** de communication.
 - ☞ Dans le cadre de l'organisation d'un spectacle on parle plutôt de **régisseur de spectacle(s)**

- ❑ **Généralement (selon type, complexité, ... de l'événement):**
 1. désigner une **équipe** ou un **comité d'organisation** de l'événement
 2. définir le **partage** des **rôles**, des **responsabilités**: *qui fait quoi* (qui est responsable de quoi)
 3. et représenter le tout sous forme d'un **organigramme commenté** et *argumenté*.

**L'équipe porteuse
d'une communication
événementielle**

☞ **2 Points** importants ...

☞ ... à prendre en considération lors de la **constitution** d'une **équipe**/d'un **comité** ...

☞ **Premier point: La gestion des relations avec une grande diversité d'acteurs**

☞ **Deuxième point: La gestion d'un ensemble de problèmes techniques très variés**

L'équipe porteuse
d'une communication
événementielle

□ **Premier point: La gestion des relations avec une grande diversité d'acteurs**

1) Différents services de la structure d'accueil de l'événement (direction, **service intérieur**, service de communication, RH, ...)

2) Prestataires externes (selon type et périmètre de l'événement): agences de communication,

3) Partenariats externes (selon type et ampleur de l'événement):

- administration locale (ex.: mairie) ou territoriale (conseil général),
- médias,
- syndicats, associations, ...,
- sponsors ou mécènes

4) Participants à l'événement (selon type, taille, ... d'événement): intervenants, exposants, artistes, animateurs,

5) Public de l'événement de l'événement (information, accueil, ...).

Problématique de ce séminaire

□ **Deuxième point: La gestion d'un ensemble de problèmes « techniques » très variés**

1) Réglementations juridiques (selon le type de l'événement)

- Déclaration d'un événement (préfecture, mairie, ...),
- Divers obligations liées à la réalisation d'un événement événement

2) Réservation/location d'un lieu approprié (cf. les « ERP – Etablissements Recevant du Public »)

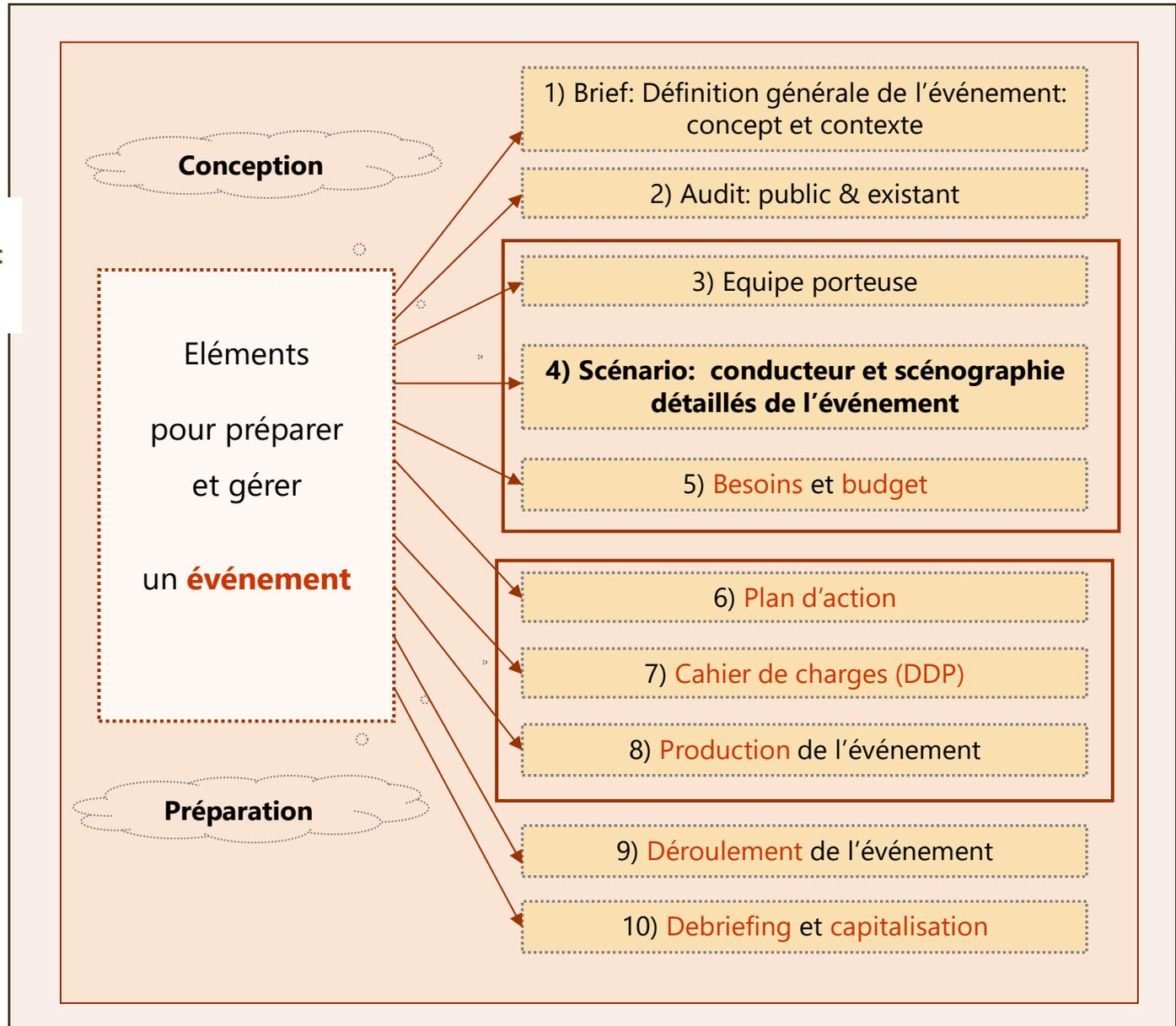
- Sécurité des lieux (des matériaux, ...),
- Sécurité des participants et du public
- Accueil et suivi du public (restauration, ...)

3) Financement de l'événement

- Financement propre
- Sponsors et mécènes
- Dons
- Subventions publiques
- Recettes propres (vente sur lieux, tombola, dons, ...)

4^{ème} étape: Le scénario de l'événement

Principales tâches pour préparer un événement



Le scénario de l'événement

A consulter:

Cours 4 – Description technique du projet.

❑ Définir le **modèle (scénario)** d'un événement –

☞ **1) L'élaboration** de l'événement s'appuie sur un **conducteur!**

- ☞ l'événement se déroule **dans le temps** et possède une **certaine durée**:
 - ☞ événement d'une heure (*conférence*), d'une journée (*atelier* de formation), d'une semaine (*salon, festival, ...*):
- Le **conducteur** est un « outil » qui permet de détailler **chaque moment** d'un événement et de coordonner toutes les interventions (B. Jézéquel, p. 120)
- Concrètement, un conducteur peut se présenter sous forme d'un simple **tableau** où **chaque ligne** correspond à un **moment** ou à une **durée**.
- Il existe toute une série de **logiciels (libres) de planning** qui permettent de créer des conducteurs *détaillés, explicites, interactifs, collaboratifs*.

Le scénario de l'événement

A consulter:

Cours 4 – Description technique du projet.

A consulter:

B. Jézéquel et Ph. Gérard; La boîte à outils du responsable communication

❑ **Événement:** Exemple d'un conducteur très simple (cf. Jézéquel, P. 120)

- **Tableau** en plusieurs **colonnes** et **lignes**

1. Chaque **ligne** correspond à un **moment « critique »** de l'événement
2. Chaque **colonne** définit un **type d'élément** important pour l'événement

- **Exemple:** un **atelier de formation interne**

- ☞ **Lignes:** Les *débuts* des différentes interventions
- ☞ **Colonne 1:** les interventions
- ☞ **Colonne 2:** les intervenants,
- ☞ **Colonne 3:** les résumés
- ☞ Etc.

Le scénario de l'événement

A consulter:

B. Jézéquel et Ph. Gérard; La boîte à outils du responsable communication

□ Définir le **modèle (scénario)** d'un événement –

☞ 2) L'élaboration de l'événement s'appuie sur une **scénographie!**

- ☞ La scénographie est une *démarche* et un **outil** qui permet de concevoir en détail ...
 - ☞ la **structure, l'organisation de l'espace** occupé par l'événement et les parcours que le public peut emprunter ...

Le scénario de l'événement

□ La scénographie

- ☞ Concrètement, une scénographie se présente sous forme ...
- ☞ d'un **dessin**, d'une **présentation graphique** 2D ou 3D annoté(e) et complété(e) par toutes les informations utiles:
 - du **lieu**,
 - de **l'occupation du lieu**,
 - des **parcours (chemins)** dans le lieu,
 - des « **hot spots** »
 - etc.

Le scénario de l'événement

□ Note:

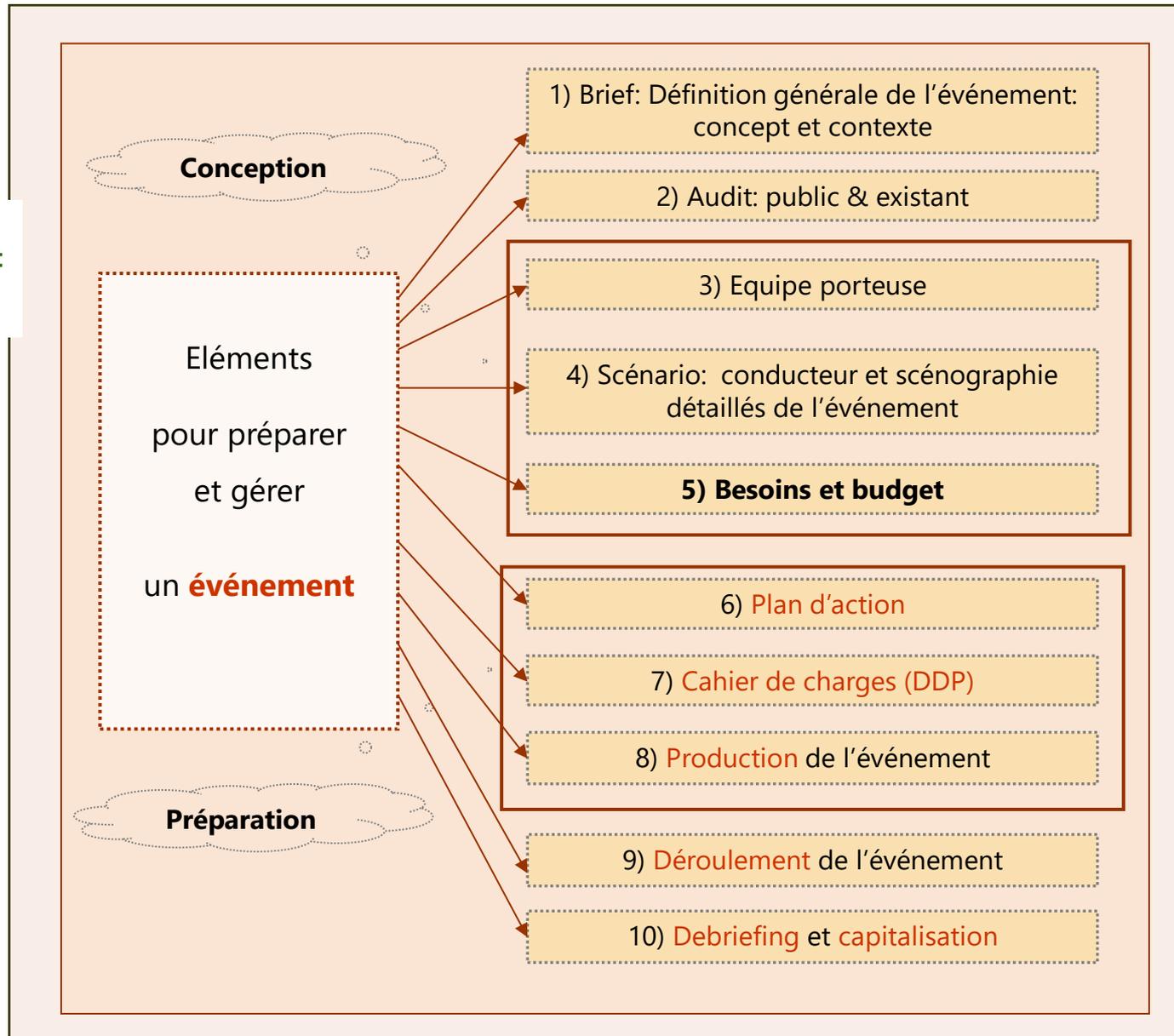
- ☞ Dans la plupart des cas, le concept d'un événement repose **à la fois** sur un **conducteur** et une **scénographie**

- ☞ **Exemple:** Journée « portes ouvertes », salon, ...
 - **Scénographie** des stands, des exposants, des lieux d'animations, des « hot spots », etc.

 - **Conducteur** des animations et actions ponctuant l'événement dans le temps

5^{ème} étape: Besoins et budget

Principales tâches pour préparer un événement



Besoins et budget

A consulter:

B. Jézéquel et Ph. Gérard; La boîte à outils du responsable communication

2) Budget

- *Deux colonnes:*

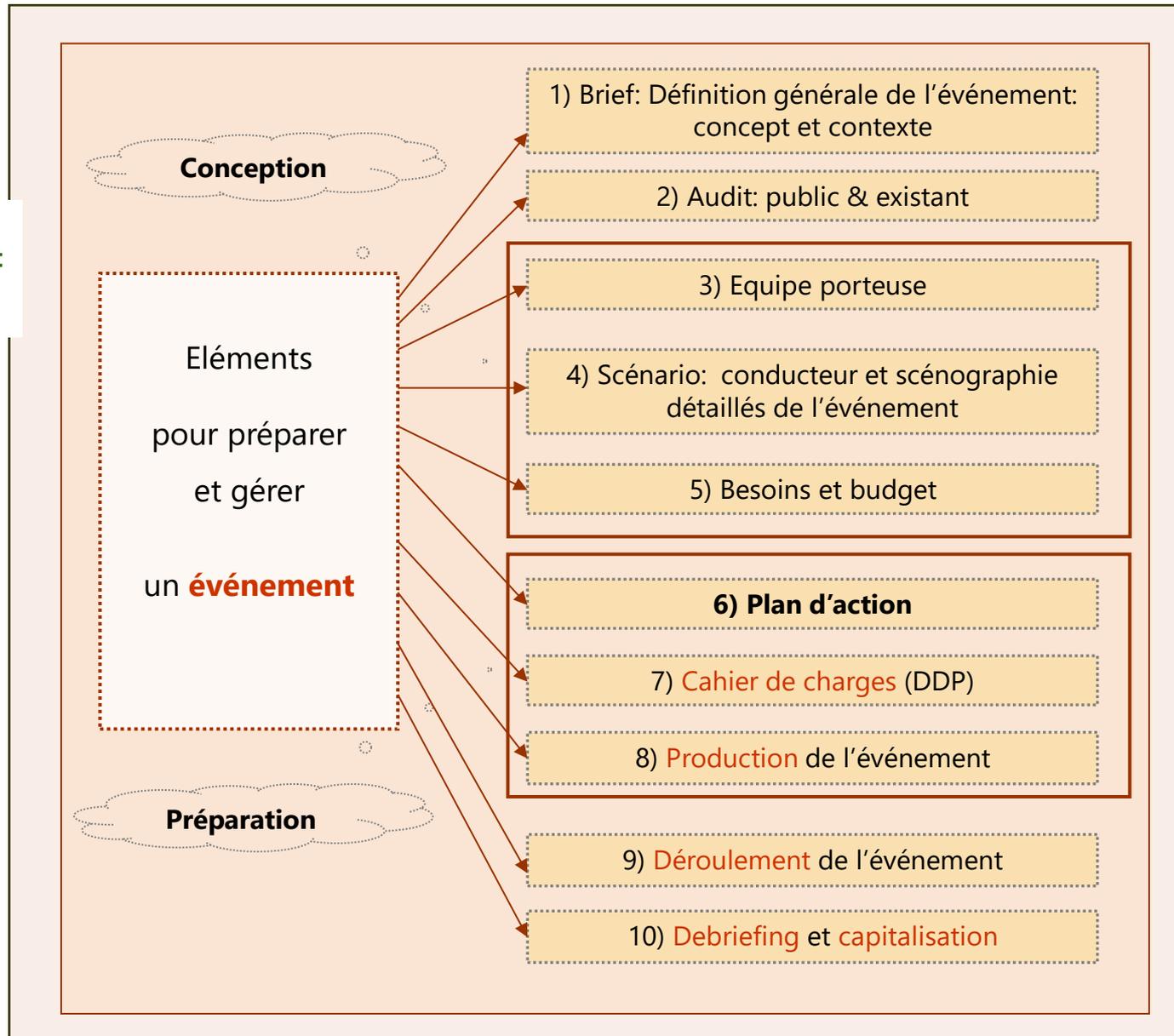
☞ **dépenses** ⇔ **recettes**

- **Principaux postes** *pour établir un budget ...*

1. **Personnel.**
2. **Équipement.**
3. **Coûts opérationnels** (invitations, prestataires externes, ...).
4. **Frais de présentation.**
5. **Frais de missions.**
6. **Communication**
7. ...

6^{ème} étape: Le plan d'action du projet événementiel

Principales tâches pour préparer un événement



Le plan d'action pour une communication événementielle

A consulter:

Cours 4 – Description technique du projet.

A consulter:

Outils informatiques pour gérer un événement

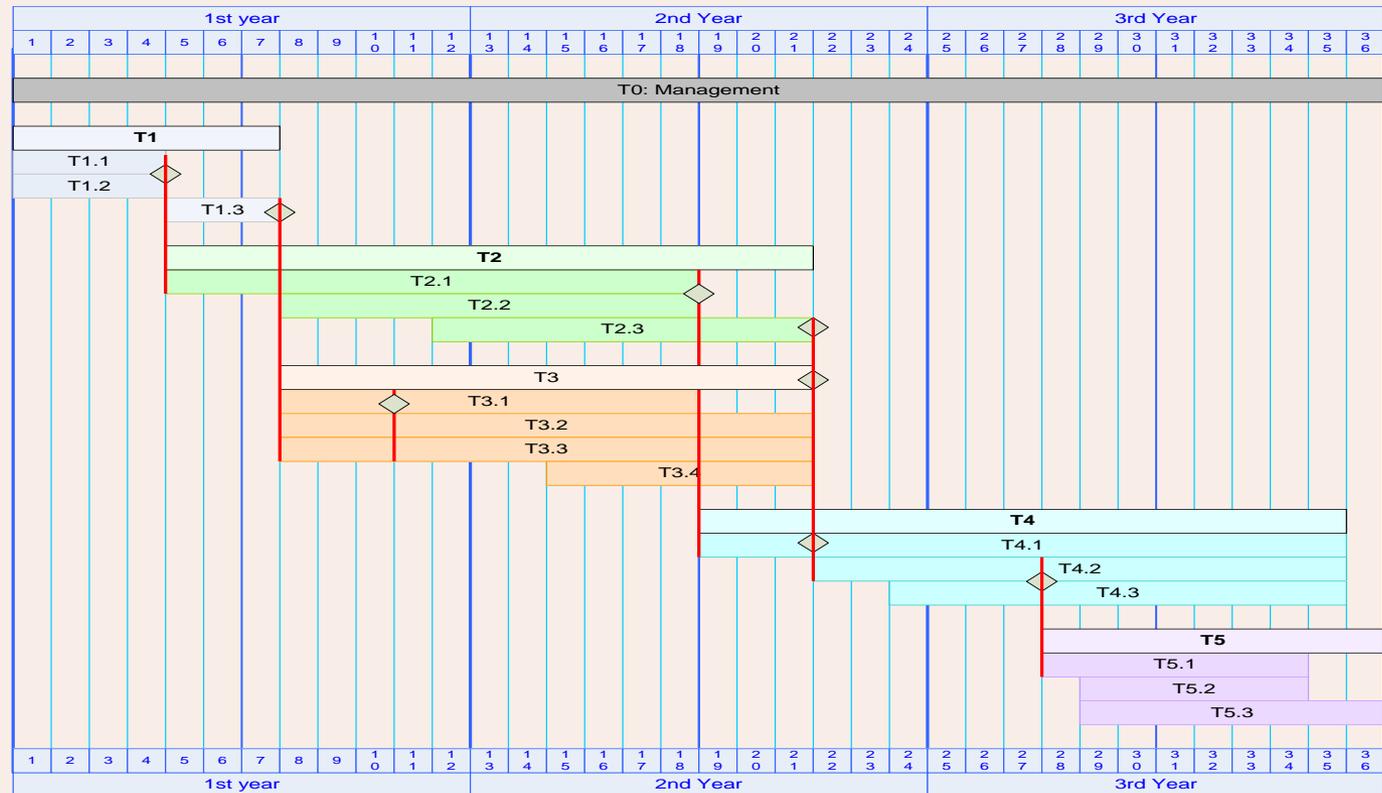
□ **Plan d'action:** comprend essentiellement:

1. la définition des **tâches à réaliser** pour préparer l'événement (pour préparer, par exemple, un concert, JPO, ... pour telle ou telle date, à tel ou tel endroit, etc.)
2. La définition des **responsabilités pour chaque tâche** (et aussi si les tâches sont réalisées en interne ou par des prestataires, ...)
3. Le **calendrier des tâches**.

□ Le calendrier se présente sous forme d'un **diagramme de GANTT** (cf. plan de communication).

❑ **La conduite d'un projet créatif:**

- ❑ **Définition du calendrier:** chaque tâche et sous-tâche doit être positionnée sur un **diagramme de GANTT** (inventé en 1910 par l'ingénieur américain Henry L. Gantt) visualisant le **déroulement** du projet dans le temps ...



- ❑ Attention au **réalisme** et à la **cohérence** dans la planification temporelle du projet (i.e. au respect des **dépendances logiques** entre les différentes sous-tâches.

Le plan d'action pour une communication événementielle

A consulter:

Cours 4 – Description technique du projet.

GANTT project - Outil libre pour créer des diagrammes GANTT

**Le plan d'action pour
une communication
événementielle**

A consulter:

**Cours 4 – Description
technique du projet.**

A consulter:

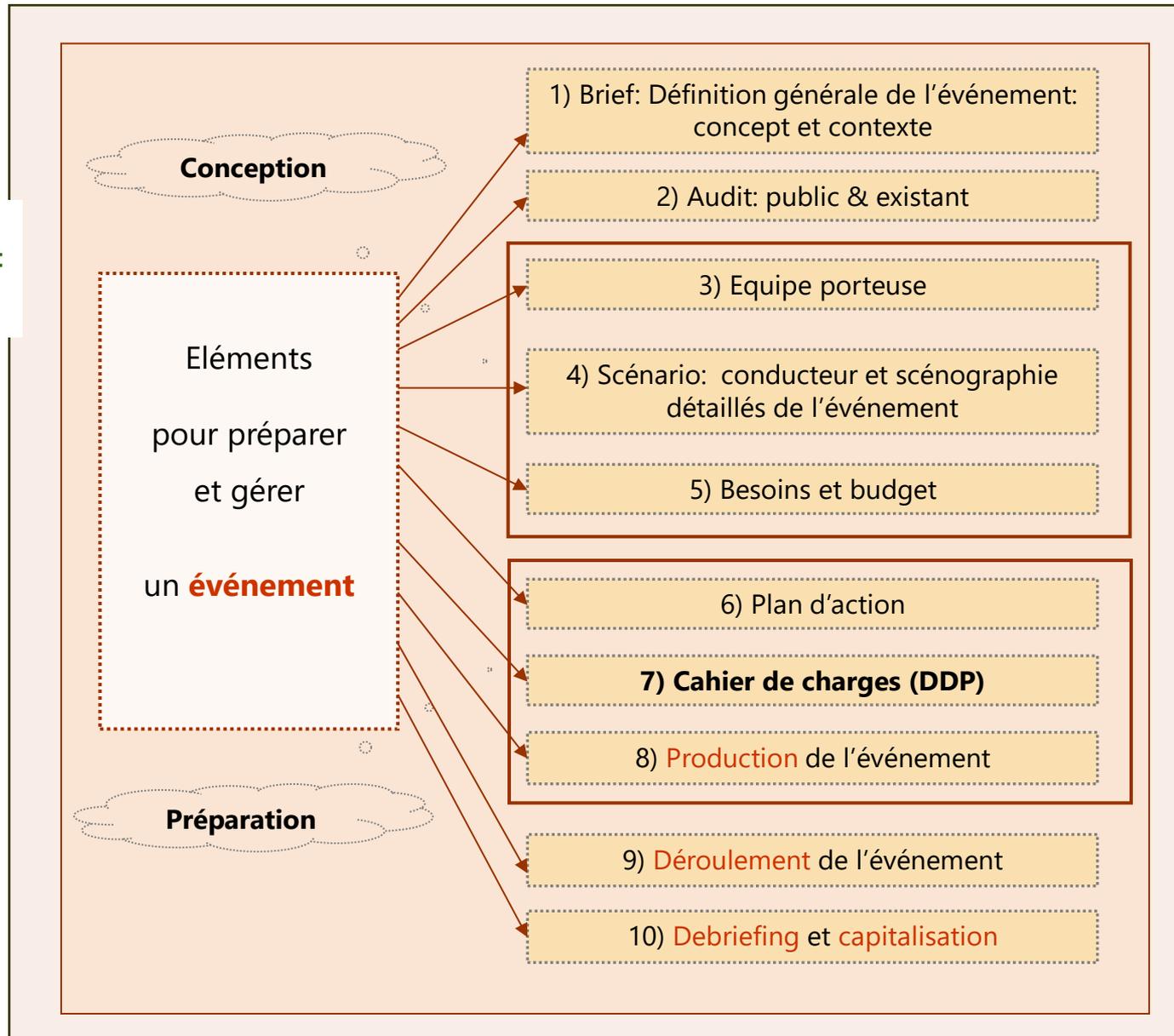
**Outils informatiques
pour gérer un
événement**

❑ **Exemples de tâches:**

- 1. Tâches pour résoudre les questions techniques, juridiques, logistiques, ...** location/réservation de l'espace, prestataires externes (décoration, catering, ...), services techniques, questions de droit, ...
- 2. Tâches liées à la préparation/réalisation des prestations de l'événement**
- 3. Tâches liées à la gestion du public de l'événement:** invitation, accueil, communications diverses, ...
- 4. Tâches liées à la communication et valorisation de l'événement:**
- 5. Tâches liées à la recherche de fonds, de ressources financières, ...:** mécènes, sponsors, financements collectifs, ...
- 6. Tâches concernant plus particulièrement la gestion des risques liés au déroulement de l'événement:** prévision d'incidents et d'accidents possibles, ...
7. Etc.

7^{ème} étape: Le cahier de charges (structure du rapport)

Principales tâches pour préparer un événement



Le cahier de charges

A consulter:

Cours 5 – Rédiger un dossier technique.

❑ Rédaction du cahier de charges:

⇒ = un *rapport* comprenant 7 grandes parties ...

- ⇒ 1) **Résumé général** (= éléments essentiels du brief).
- ⇒ 2) **Description détaillée de l'événement**
 - (programme et scénographie).
- ⇒ 3) **Description du contexte de l'événement.**
 - 3.1) *Publics.*
 - 3.2) *Objectifs.*
 - 3.3) *Périmètre.*
 - 3.4) *L'Existant.*
 - 3.5) *La faisabilité de l'événement.*
- ⇒ 4) **Plan d'action.**
 - 4.2) *Les tâches.*
 - 4.3) *Description de chaque tâche.*
 - 4.4) *Calendrier (GANTT) avec jalons.*

Le cahier de charges

A consulter:

Cours 5 – Rédiger un dossier technique.

□ Rédaction du cahier de charges:

⇒ = un rapport comprenant 7 grandes parties ...

⇒ 5) **Gestion du projet.**

⇒ 5.1) Porteur.

⇒ 5.2) Equipe porteuse.

⇒ 5.3) Autres partenaires.

⇒ 5.4) Éléments de conduite du projet.

⇒ 6) **Communication et valorisation de l'événement.**

⇒ 7) **Besoins et budget prévisionnel.**

⇒ 7.1) *Les besoins.*

⇒ 7.2) *Le budget* (dépenses et recettes).

⇒ **Annexes.**

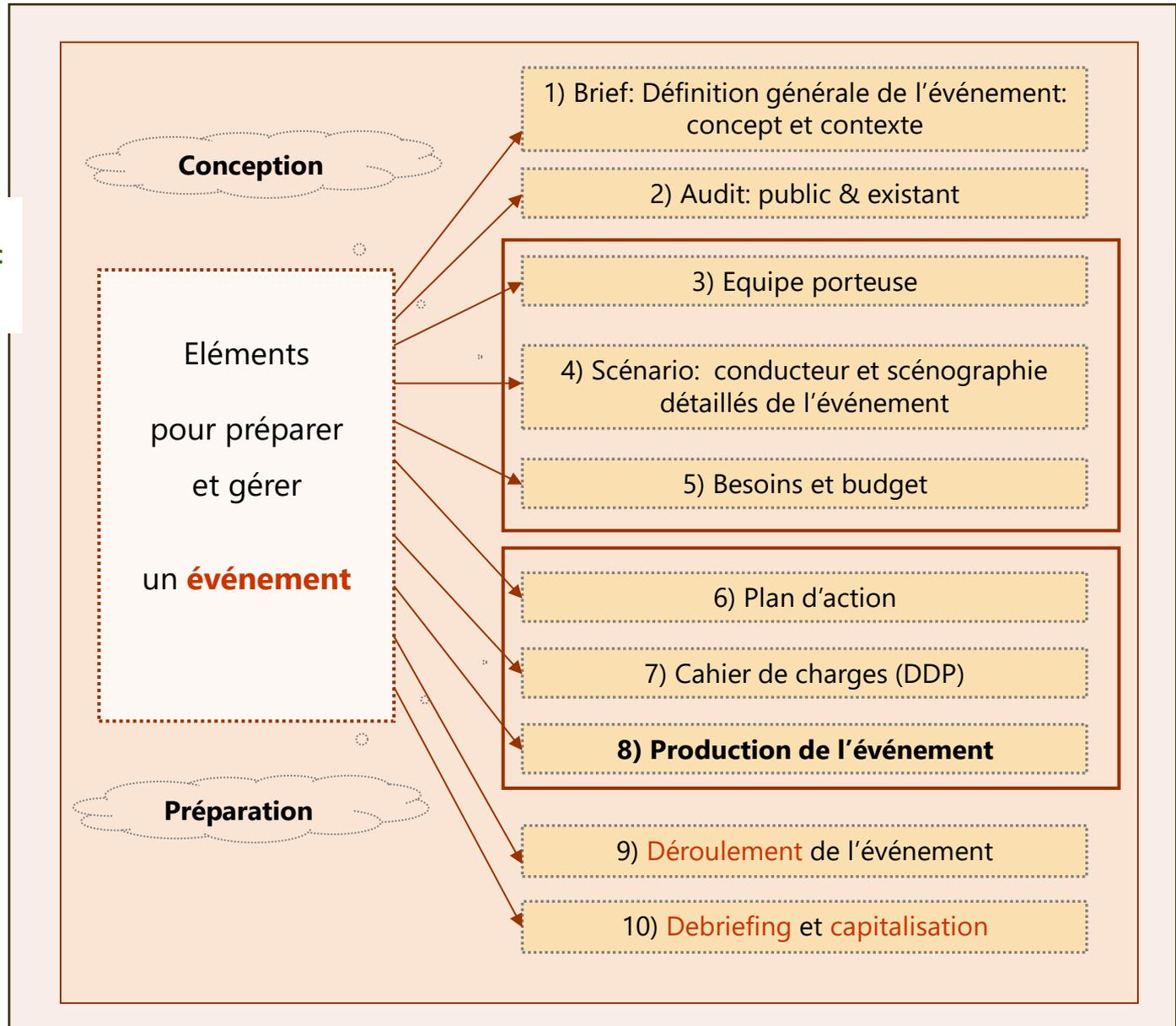
⇒ Bibliographie

⇒ Glossaire

⇒ Etc.

8^{ème} étape: La production de l'événement

Principales tâches pour préparer un événement



La production de l'événement

- **Phase** qui s'étend entre celle de la **définition du scénario** à celle de la **mise en œuvre**, du déroulement de l'événement
 - **Exemple:** phase entre la **définition d'une exposition**, d'un salon et **l'ouverture de l'exposition**, du salon
 - **Période de multiples activités** qui doivent être **coordonnées** par l'équipe porteuse pour aboutir à la réalisation de l'événement:
 - ✓ **Réunions de travail**,
 - ✓ **Activités techniques de réalisation progressive de l'événement** selon le plan d'action et le calendrier;
 - ✓ **Gestion des problèmes**, des retards, des litiges,
 - ✓ **Documentation** de l'avancement du travail
 - ✓ Etc.

**Le plan d'action pour
une communication
événementielle**

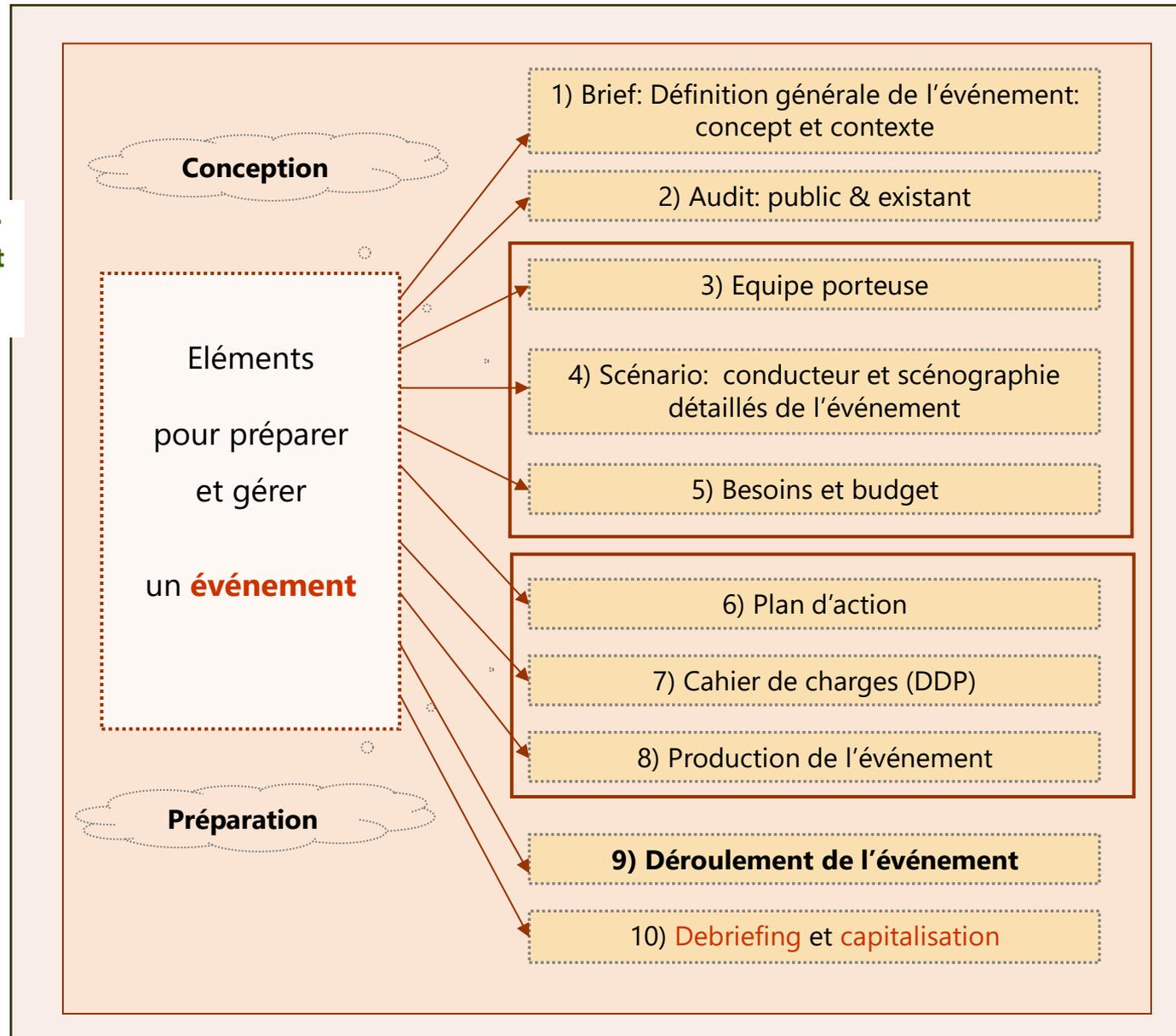
☐ **Production de l'événement:**

☞ **Attention:**

- ☞ Le **plan d'action** et le **cahier de charges** constituent le **cadre de référence exclusif** pour cette phase
- ☞ L'**équipe porteuse** de l'événement a la responsabilité entière dans cette phase ...

9^{ème} étape: Le déroulement de l'événement

Principales tâches pour préparer un événement



Le déroulement de l'événement

❑ Le déroulement de l'événement:

☞ Du **point de vue des organisateurs** de l'événement, il s'agit avant tout ...

☞ ... de suivre, selon une **check-list préalablement définie** tous les détails pouvant *perturber* le bon déroulement de l'événement ...

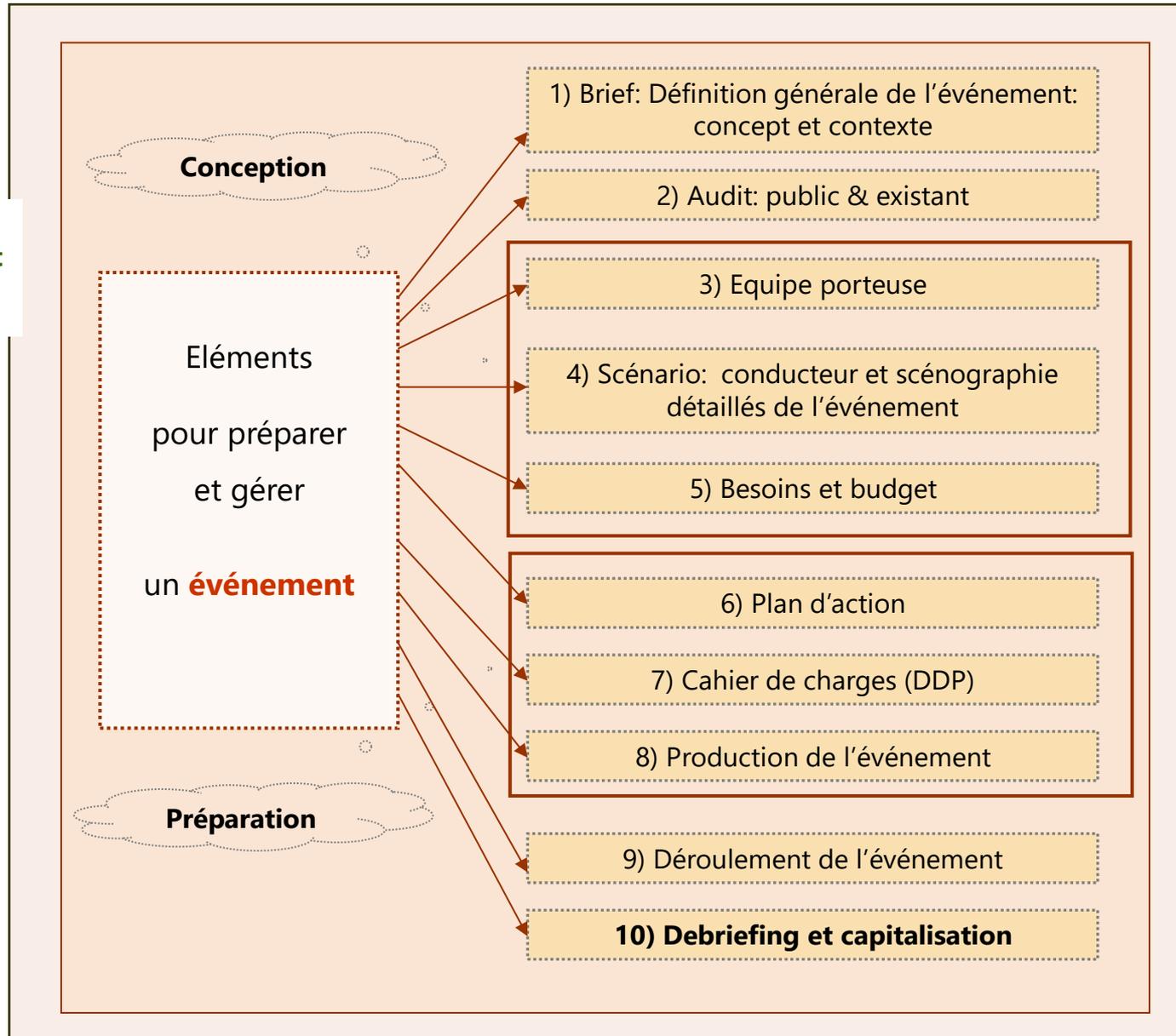
- **suivi du conducteur** (calendrier annoncé des actions et animations);
- **surveillance de l'espace** utilisé par l'événement;
- **suivi des prestations logistiques** nécessaires au bon déroulement ;
- **accueil et accompagnement** du public;
- **collecte des commentaires**, critiques, propositions, ...;
- anticipation et gestion des « **moments de crise** », ...

☞ A ne pas oublier:

☞ *L'établissement de cette **check-list** est une tâche spécifique à réaliser lors de la phase de la préparation de l'événement*

10 étape: Le debriefing et la capitalisation

Principales tâches pour préparer un événement



Le debriefing et la valorisation dans le cadre d'une communication événementielle

□ **Debriefing et capitalisation:**

☞ Deux points importants à regarder:

☞ 1) **Vérification si l'événement ...**

- ... s'est déroulé *selon le plan de communication* (concept, cahier de charges);
- ... a *atteint les objectifs* de la communication;
- ... a généré des *réactions de non-intérêt, voir négatives* du côté du public

☞ 2) **« Investissements avenir »** : Quoi en tirer pour la suite ?

- pour l'organisation?
- pour soi-même?



Travail de groupe

Travail du groupe

Modèle du cahier de charges [à télécharger ici](#)

- ❑ Travail de groupe (à **3 personnes max.**): **Conception d'un événement** (conducteur, scénographie) d'un événement choisi librement

☞ **Quoi faire:**

=====

- ☞ 1) **Produire un brief** de **5 minutes** (définition générale, ...): pour le **22/02/2017**

=====

Jusqu'au **08/03/2017**

- ☞ 2) **Produire un petit audit** :
 - ☞ Quel **public** – quelles attentes – quels objectifs
 - ☞ **Existant** (événements déjà existants)
- ☞ 3) Définir d'une **manière détaillée** le **scénario** de l'événement:
 - ☞ **Conducteur**
 - ☞ **Scénographie**
- ☞ 4) Définir le **budget**



- ☞ 5) Définir le **plan d'actions**
 - ☞ Les **tâches**
 - ☞ Le **calendrier**
- ☞ 6) Définir la **stratégie de communication** autour de l'événement
- ☞ 7) Définir l'**équipe porteuse**
 - ☞ Chef de projet
 - ☞ Qui fait **quoi**, qui gère **quels problèmes** ... (cf. chapitre 4)
- ☞ 8) **Présentation le 8 et 15 mars 2017 sous forme d'un exposé de groupe de 20 minutes:**
le brief, de l'audit,
le scénario (conducteur + scénographie),
le plan d'actions,
la stratégie de communication
et l'équipe porteuse
- ☞ 9) me communiquer **le dossier complet** jusqu'au **25 avril 2016**.
- ☞ 10) éventuellement **réaliser** l'événement