

#### Réaliser un projet en communication événementielle.

Peter Stockinger

#### ▶ To cite this version:

Peter Stockinger. Réaliser un projet en communication événementielle.: Le plan de communication événementielle. Licence. Séminaire ICL 3B02A: Communication, information et médias III: Communication hors-média et projet de communication., Paris, France. 2017, pp.62. cel-01460606

#### HAL Id: cel-01460606

https://hal.science/cel-01460606

Submitted on 7 Feb 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.





### (Séminaire ICL 3B02A)

Communication, information et médias III: Communication hors-média et projet de communication

### Réaliser un projet en communication événementielle. Le plan de communication événementielle

#### PETER STOCKINGER, P.U.

Institut National des Langues et Civilisations Orientales (INALCO)

Département « Métiers des Langues, de la Communication et de l'Interculturel »

Filière « Communication et Formations Interculturelles »

Paris, Institut National des Langues et Civilisations Orientales (INALCO) 2016 – 2017





#### **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.

# 1ère PARTIE: LA COMMUNICATION EVENMENTIELLE



- ☐ 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, ...)



- 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; ...).



**Vidéo** (Pôle Emploi, 2010):

Le chef de projet événementiel



- 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 est une technique qui est utilisée dans des contextes de communication les plus divers:
  - communication politique et électorale:
    - réunions publiques, débats, universités d'été, ....
  - communication locale et de proximité:
    - brocantes, fêtes (foraines), kermesses, foires, marchés, ....
  - communication B-to-C:
    - spectacles sportifs ou culturels; événements de marketing opérationnel; actions de street marketing, ....
  - communication interne (à destination du personnel d'une entreprise):
    - convention; atelier de formation, « arbre de Noël », incentives, ....
  - communication à destination des mécènes et des donateurs anonymes:
    - événements de charité, spectacles, assemblées, dîners, ...





- 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.
  - 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)



- **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 EVENMENTIELLE)

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

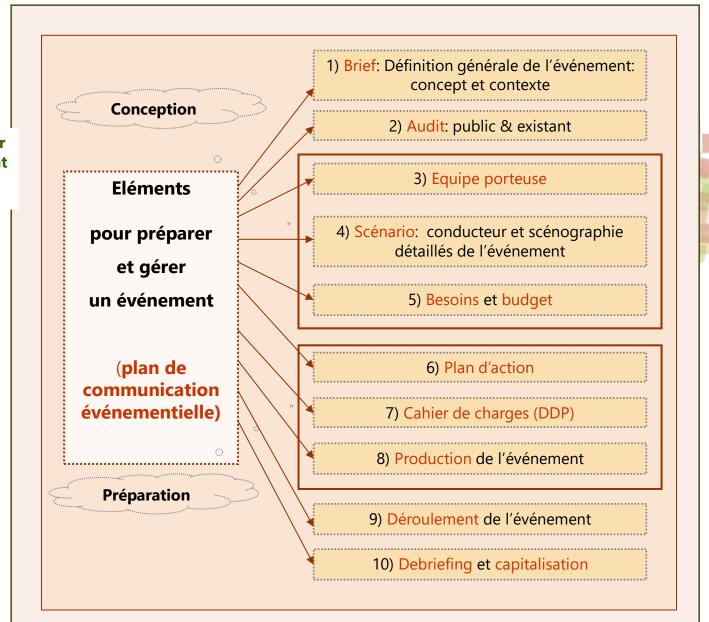




Les principales tâches pour préparer et réaliser un événement



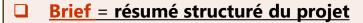
Principales tâches pour préparer un événement





1ère étape: Le brief





- ☐ 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. ... **Eléments 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.





#### 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 ...,
- **F**

#### 4) Publics: (concert)

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





- 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:
- 7) Coût:
  - une première estimation environ ... en tenant compte de ...
- 8) Recettes possibles: (concert)
  - ticket d'entrée, vente du catalogue, vente de CD, dons, ...



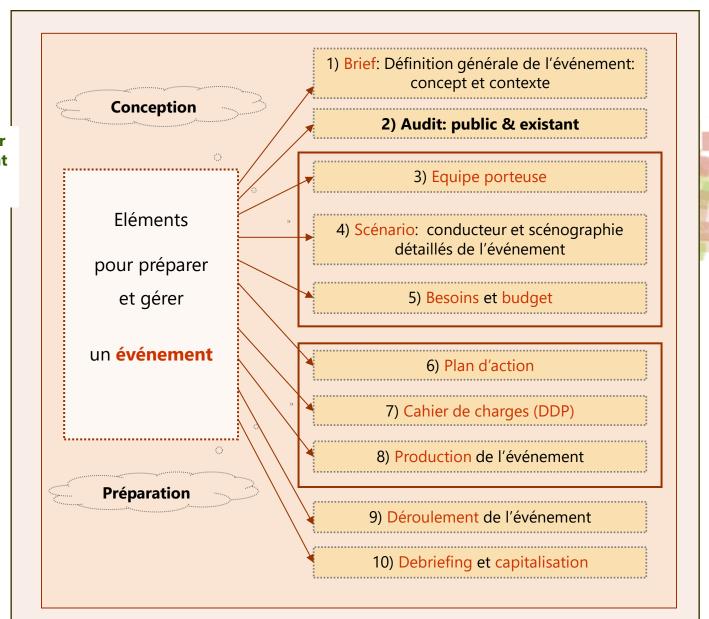
- ☐ Note: **l'objectif du brief** est ...
  - de fournir les informations générales qui permettent aux parties prenantes de prendre la décision de réaliser ou non un événement.
- ☐ C'est, en général, un **document assez bref** (de quelques 2 à 4 pages)
  - Ce document s'appelle donc « brief » mais aussi « note de cadrage » ou encore « synopsis ».



2ème étape: L'audit



Principales tâches pour préparer un événement





- **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 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



- 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, ...







#### 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, ...).

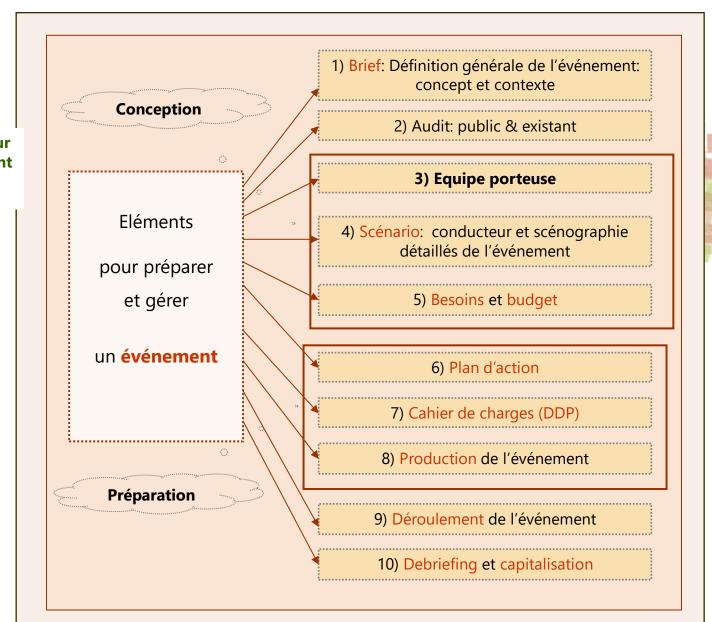




3<sup>ème</sup> étape: Equipe porteuse de l'événement



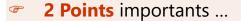
Principales tâches pour préparer un événement





- 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 *arqumenté*.





- .... 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



- □ Premier point: <u>La gestion des relations avec une grande diversité</u> d'acteurs
  - 1) Différents services de la structure d'accueil de l'événement (direction, service intérieur, service de communication, RH, ...)
  - <u>2) Prestataires externes</u> (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
  - <u>4) Participants à l'événement</u> (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: <u>La gestion d'un ensemble de problèmes « techniques » très variés ....</u>
  - <u>1) Réglementations juridiques</u> (selon le type de l'événement)
    - Déclaration d'un événement (préfecture, mairie, ...),
    - Divers obligations liées à la réalisation d'un événement événement
  - <u>2) Réservation/location d'un lieu approprié</u> (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, ...)



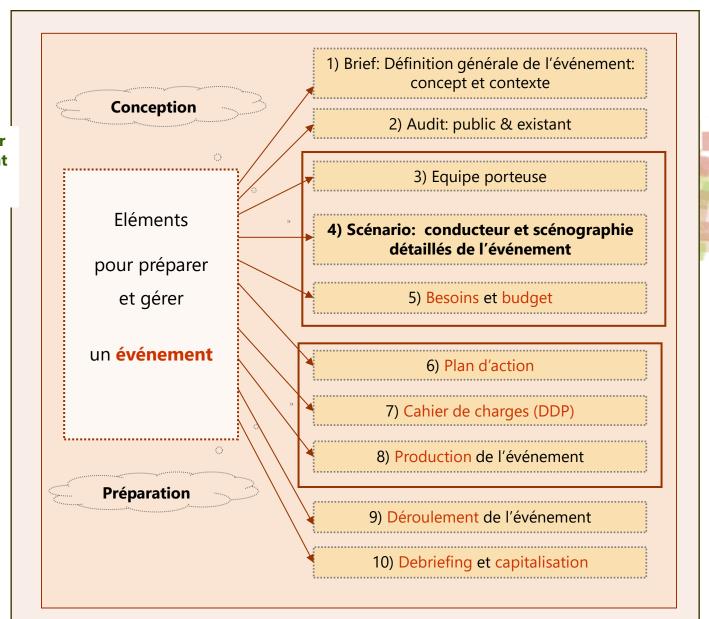
- ☐ Deuxième point: <u>La gestion d'un ensemble de problèmes « techniques »</u> <u>très variés ....</u>
  - 4) Régie de l'événement lui-même (selon type et taille de l'événement)
    - Mise en scène des lieux (décoration et catering, éclairage, mobilier, signalétique, ...)
    - Gestion des participants-intervenants (de A à Z!)
    - Gestion du personnel technique impliqué
  - <u>5) Communication et promotion de l'événement</u> (toujours en fonction du type, de sa taille, ...)
    - Dans les médias traditionnels
    - Dans les réseaux sociaux
    - Sous forme de campagne d'affichage
    - Sous forme d'actions de relations publiques et de presse,
    - Sous forme de communication directe (mailing, e-mailing) ...



4<sup>ème</sup> étape: Le scénario de l'événement



Principales tâches pour préparer un événement





Le scénario de l'événement

A consulter:

Cours 4 – <u>Description</u> <u>technique du projet</u>.



- 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 – <u>Description</u> technique du projet.

A consulter:

B. Jézéquel et Ph. Gérard; <u>La boîte à outils du responsable communication</u>



- Evénement: Exemple d'un conducteur très simple (cf. Jézéquel, P. 120)
  - Tableau en plusieurs colonnes et lignes
    - Chaque ligne correspond à un moment « critique » de l'événement
    - 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; <u>La boîte à outils du responsable communication</u>



- □ <u>Définir le **modèle (scénario)**</u> 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



- 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

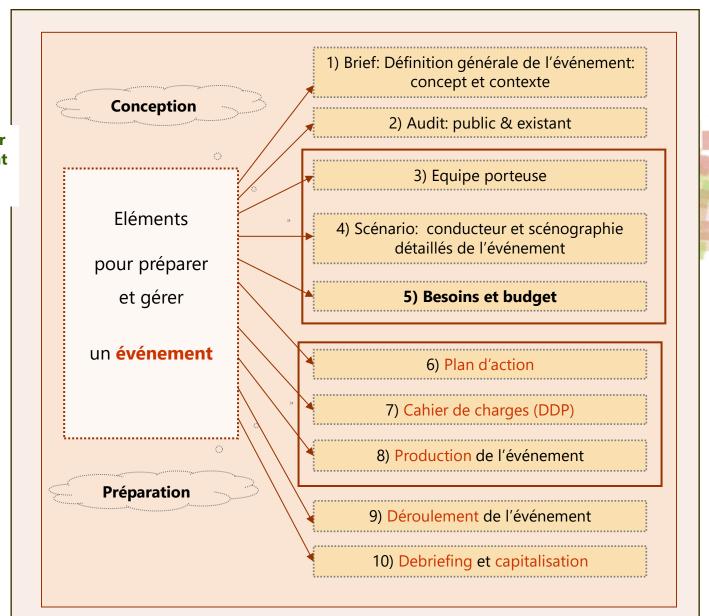


- Dans la plupart des cas, le concept d'un événement repose à la fois sur un conducteur et une scénographie
- Exemple: Journée « portes ouvertes », salon, ...
  - **Scénographie** des stands, des exposants, des lieux d'animations, des « hot spots », etc.
  - Conducteur des animations et actions ponctuant l'événement dans le temps



**5**ème étape: Besoins et budget







### **Besoins et budget**

#### A consulter:

B. Jézéquel et Ph. Gérard; <u>La boîte à outils du responsable communication</u>



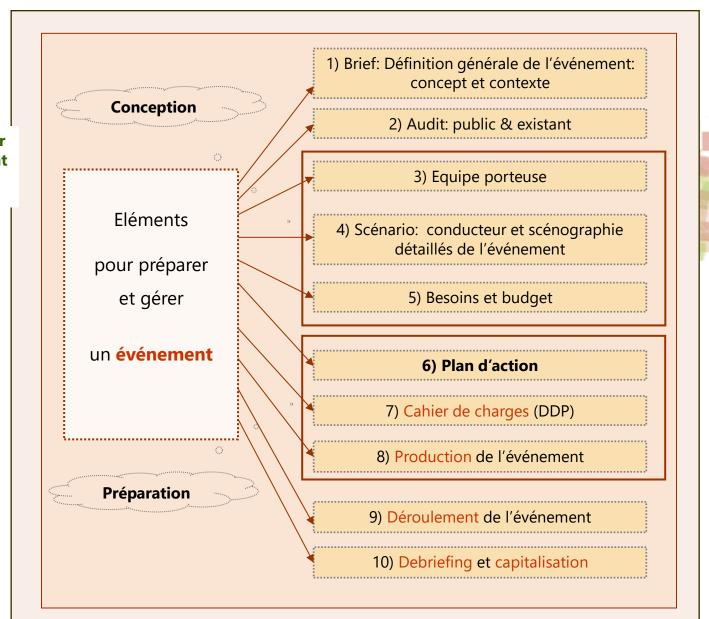
### ☐ 2) Budget

- 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. ..



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





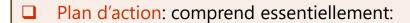


A consulter:

Cours 4 – <u>Description</u> <u>technique du projet</u>.

A consulter:

Outils informatiques pour gérer un événement



- 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 taches.

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





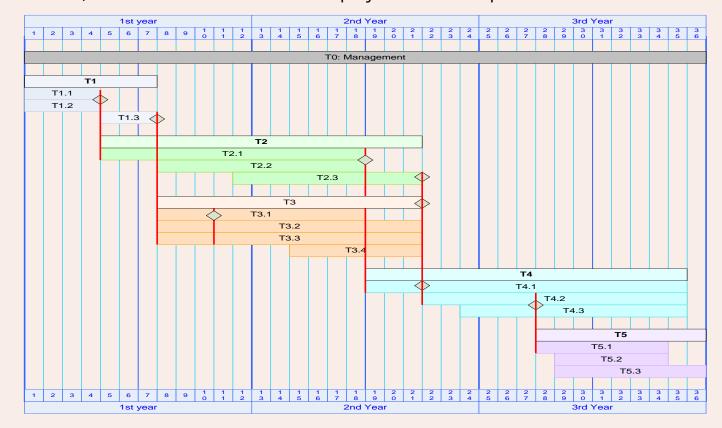
A consulter:

Cours 4 – <u>Description</u> technique du projet.

**GANTT project** - Outil libre pour créer des diagrammes GANTT



- ☐ 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.



A consulter:

Cours 4 – <u>Description</u> <u>technique du projet</u>.

A consulter:

Outils informatiques pour gérer un événement



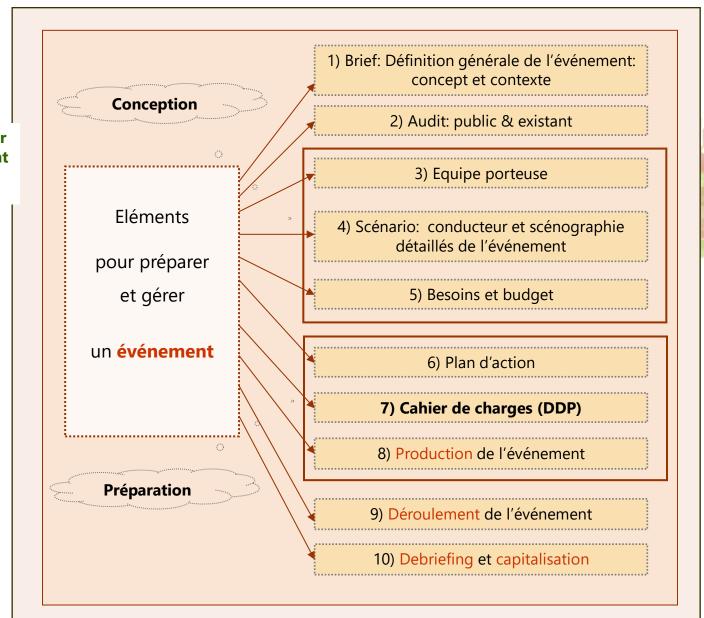
## ☐ Exemples de tâches:

- 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
- 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)







#### Le cahier de charges

#### A consulter:

Cours 5 – <u>Rédiger un</u> 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 – <u>Rédiger un</u> dossier technique.



## Rédaction du cahier de charges:

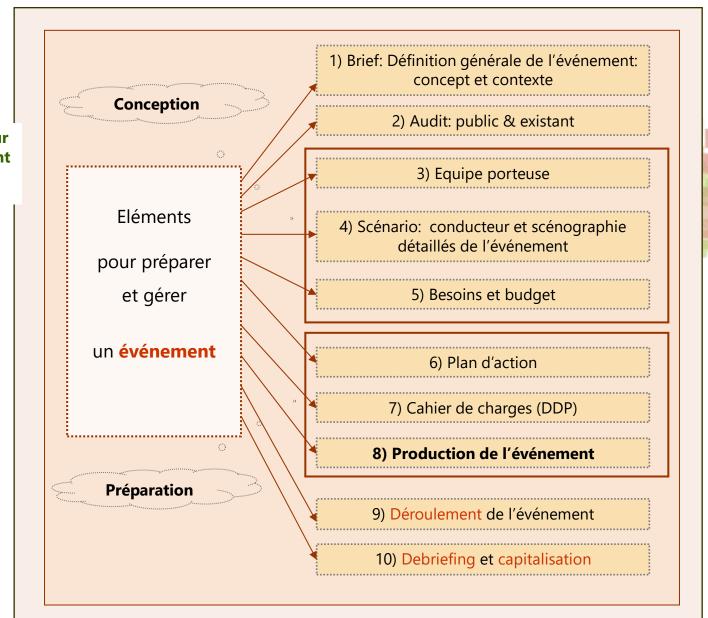
⇒ = un *rapport* comprenant 7 grandes parties ...

- ⇒ 5) Gestion du projet.
  - ⇒ 5.1) Porteur.
  - ⇒ 5.2) Equipe porteuse.
  - ⇒ 5.3) Autres partenaires.
  - ⇒ 5.4) Eléments de conduite du projet.
- ⇒ 6) Communication et valorisation de l'événement.
- ⇒ 7) Besoins et budget prévisionnel.
  - $\Rightarrow$  7.1) Les besoins.
  - ⇒ 7.2) *Le budget* (dépenses et recettes).
- ⇒ Annexes.
  - ⇒ Bibliographie

  - ⇒ Etc.

8<sup>ème</sup> étape: La production de l'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.





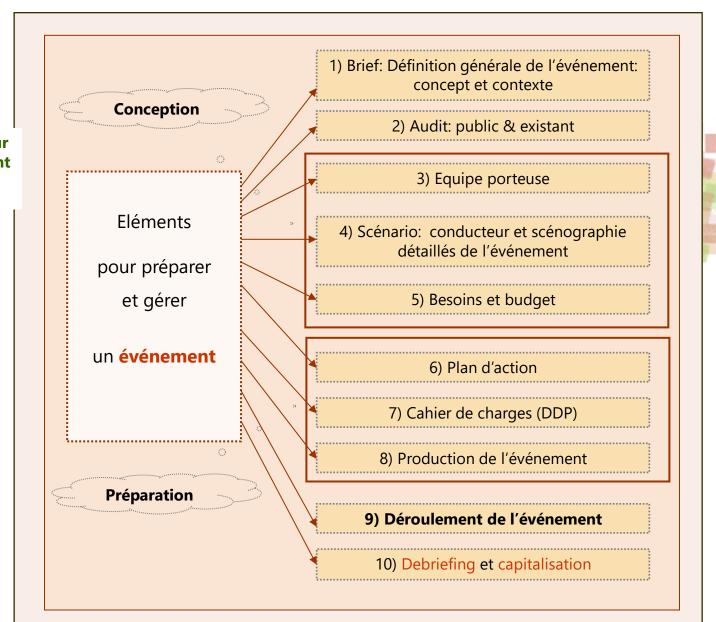
### ☐ Production de l'événement:

- 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 ...



9ème étape: Le déroulement de l'événement







## Le déroulement de l'évenement



- 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 », ...

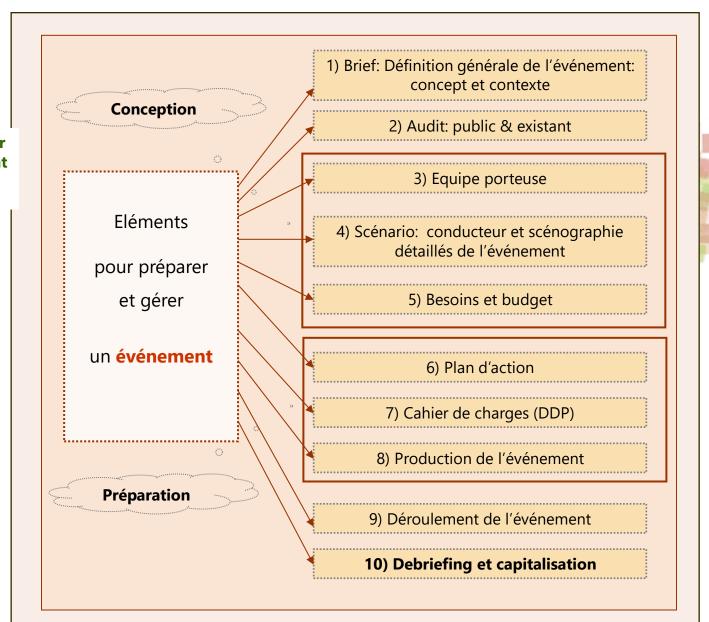
## A ne pas oublier:

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







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



- Deux points importants à regarder:
  - 1) Vérification si l'événement ...
    - ... s'est déroulé selon le plan de communication (concept, cahier de charges);
    - ... a <u>atteint les objectifs</u> 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 <u>à télécharger ici</u>

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



#### Travail du groupe

- 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 ....