



HAL
open science

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

(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**.

1^{ère} PARTIE: LA COMMUNICATION EVENMENTIELLE

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

❑ A retenir:

❑ Quelques caractéristiques générales d'un événement:

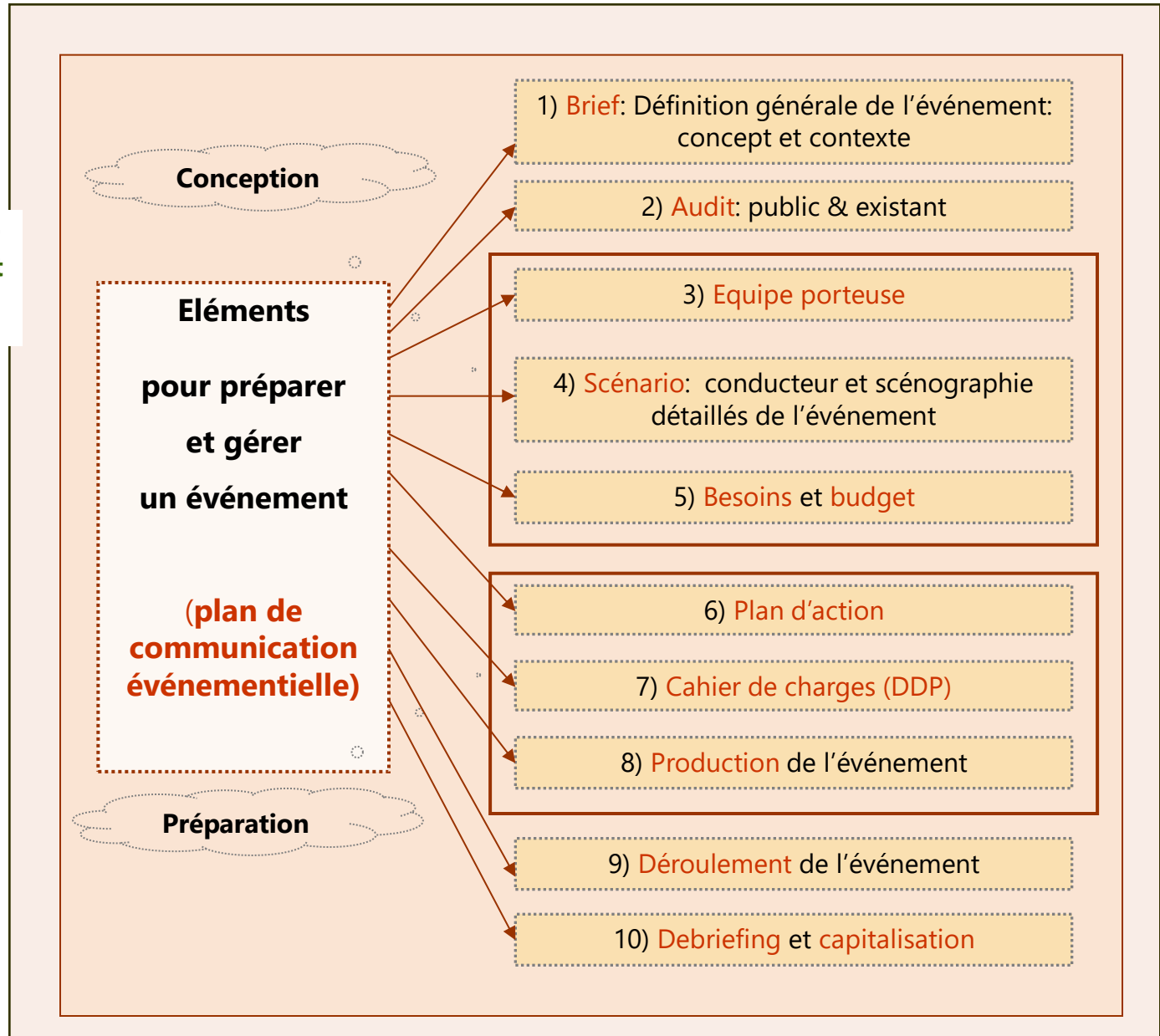
1. L'événement se produit à un (ou plusieurs) endroit(s): **localisation de l'événement.**
2. L'événement se produit pendant une certaine période: **date** et **durée de l'événement.**
3. L'événement offre un ensemble d'activités en présence d'un public: **prestations de l'événement.**
4. Les prestations 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)

2^{ème} 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 ...*

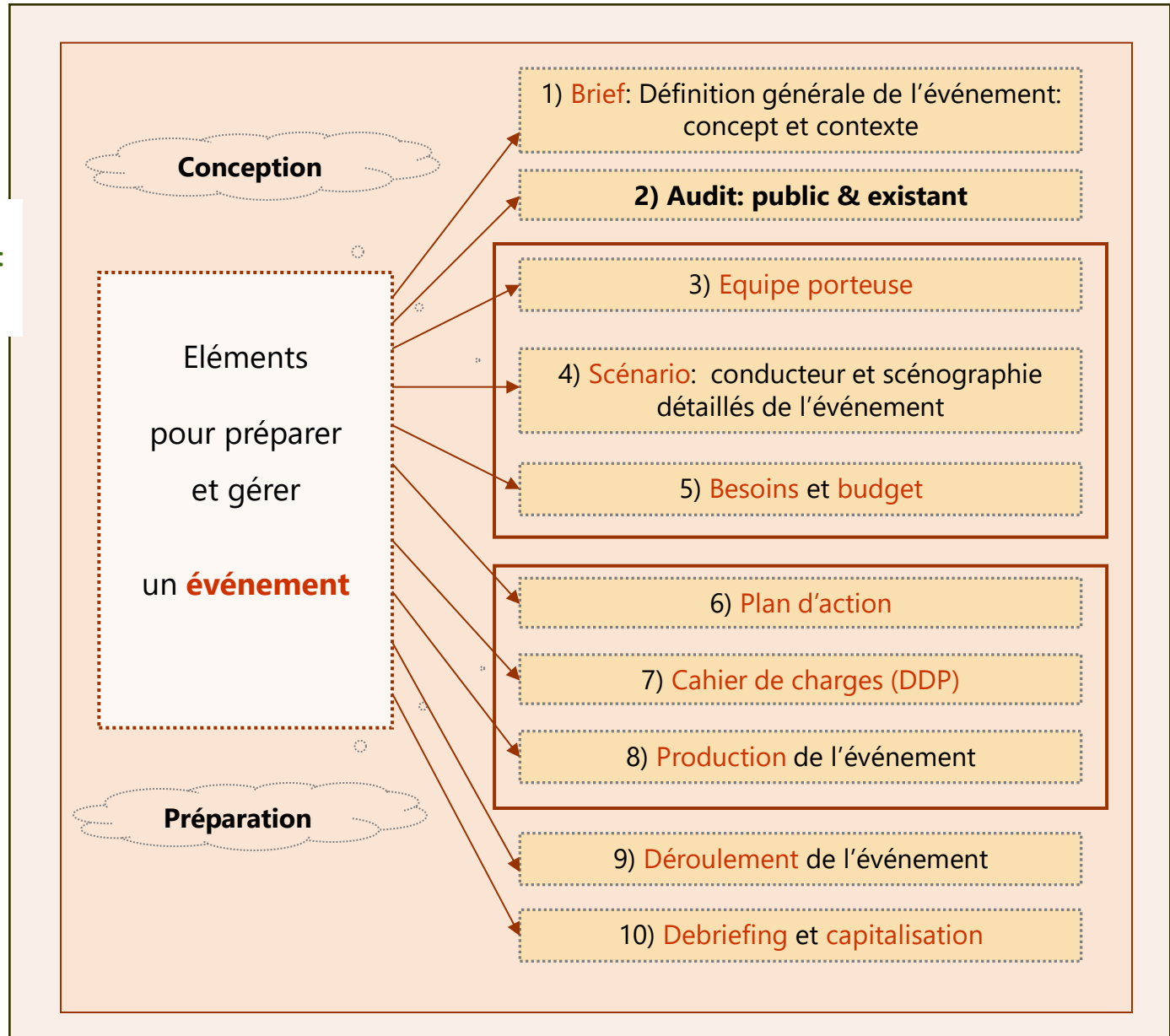
- ☞ à l'organisation X de *faire connaître la musique baroque* auprès de ...,
- ☞ à contribuer à un *climat plus favorable* entre ...
- ☞ à se positionner en tant que ...,
- ☞ ...

4) Publics: (concert)

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

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:

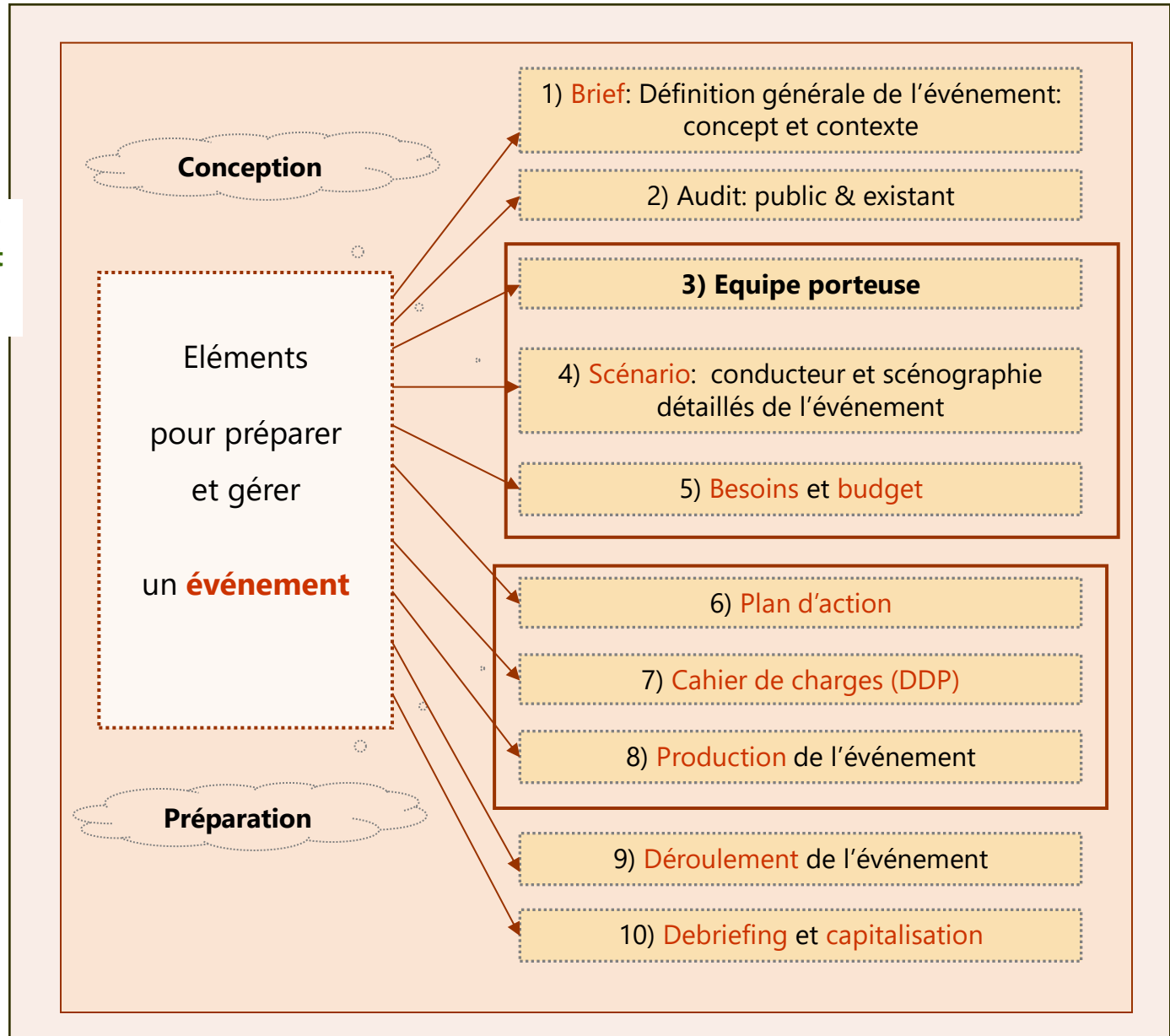
- 1) Quelle **population** ?
- 2) Son **profil socioprofessionnel** ?
- 3) Sa **taille** ?
- 4) Son **profil socioculturel** (valeurs partagées, comportements, styles de vie, ...)?
- 5) Sa **localisation** ?

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, ...

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

Principales tâches pour préparer un événement



**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, ...)

L'équipe porteuse
d'une communication
événementielle

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

4) Régie de l'événement lui-même (selon type et taille de l'événement)

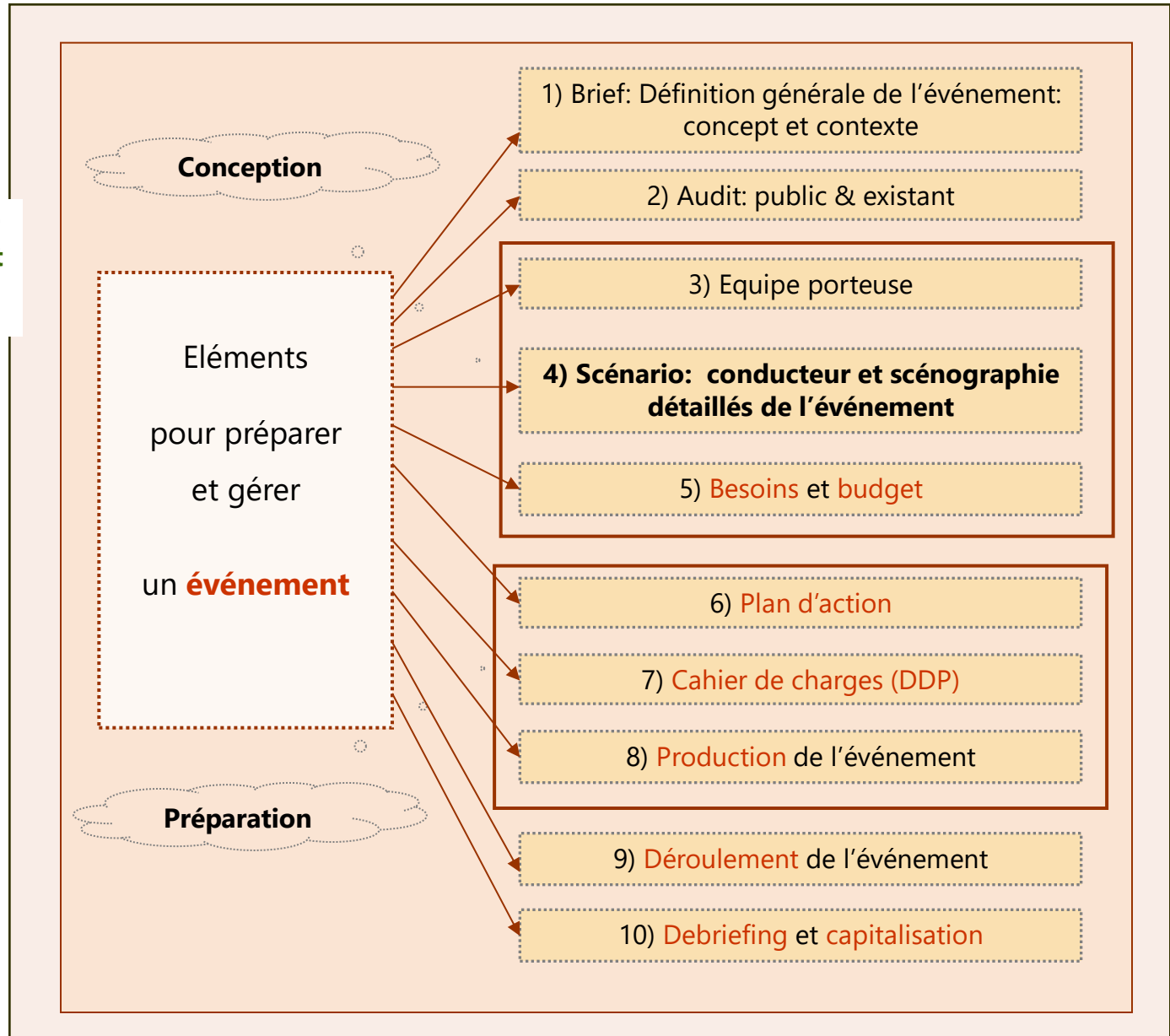
- ☞ Mise en scène des lieux (décoration et catering, éclairage, mobilier, signalétique, ...)
- ☞ Gestion des participants-intervenants (de A à Z!)
- ☞ Gestion du personnel technique impliqué

5) Communication et promotion de l'événement (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^{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:

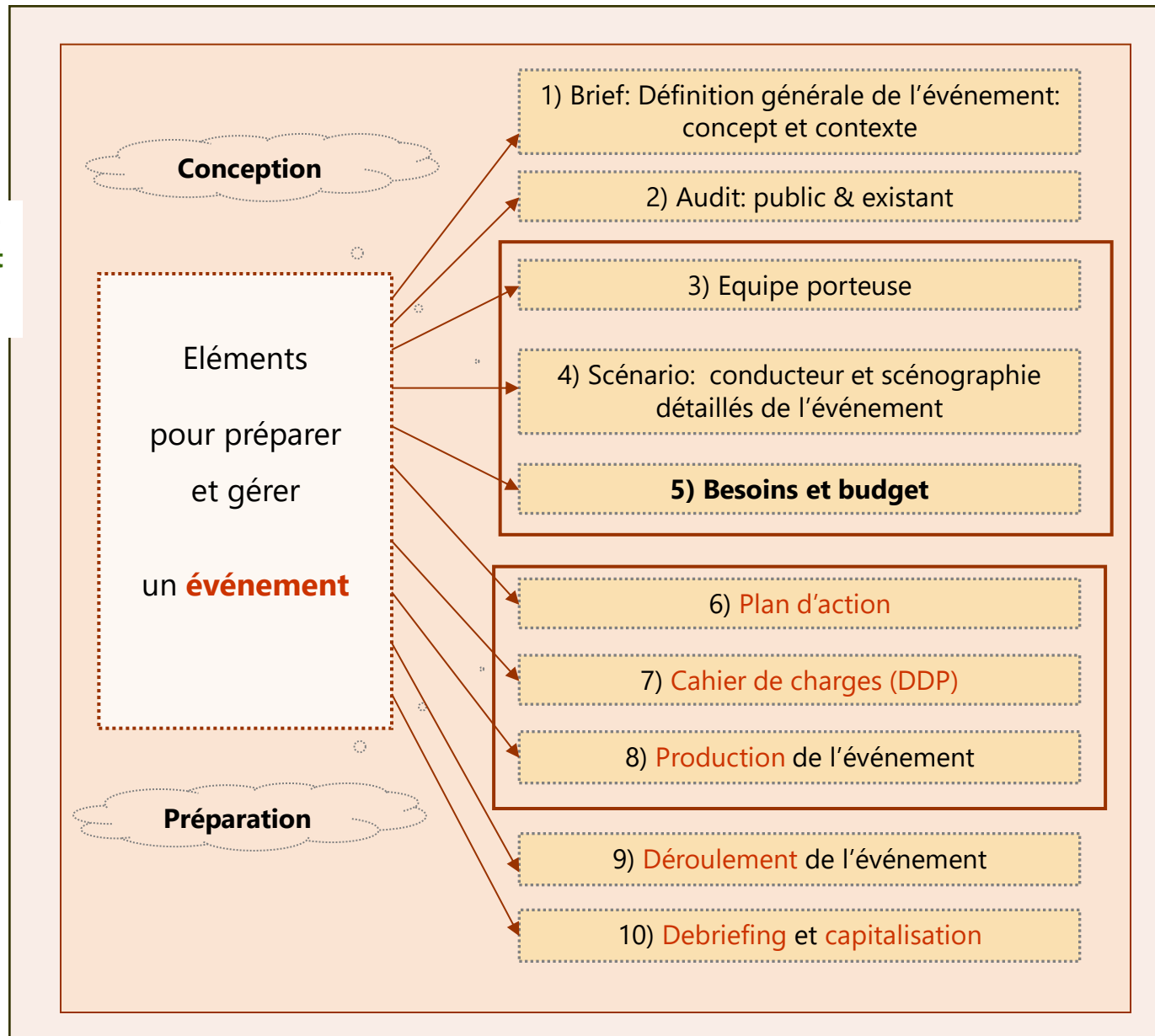
- ☞ Dans la plupart des cas, le concept d'un événement repose **à la fois** sur un **conducteur** et une **scénographie**

- ☞ **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:*

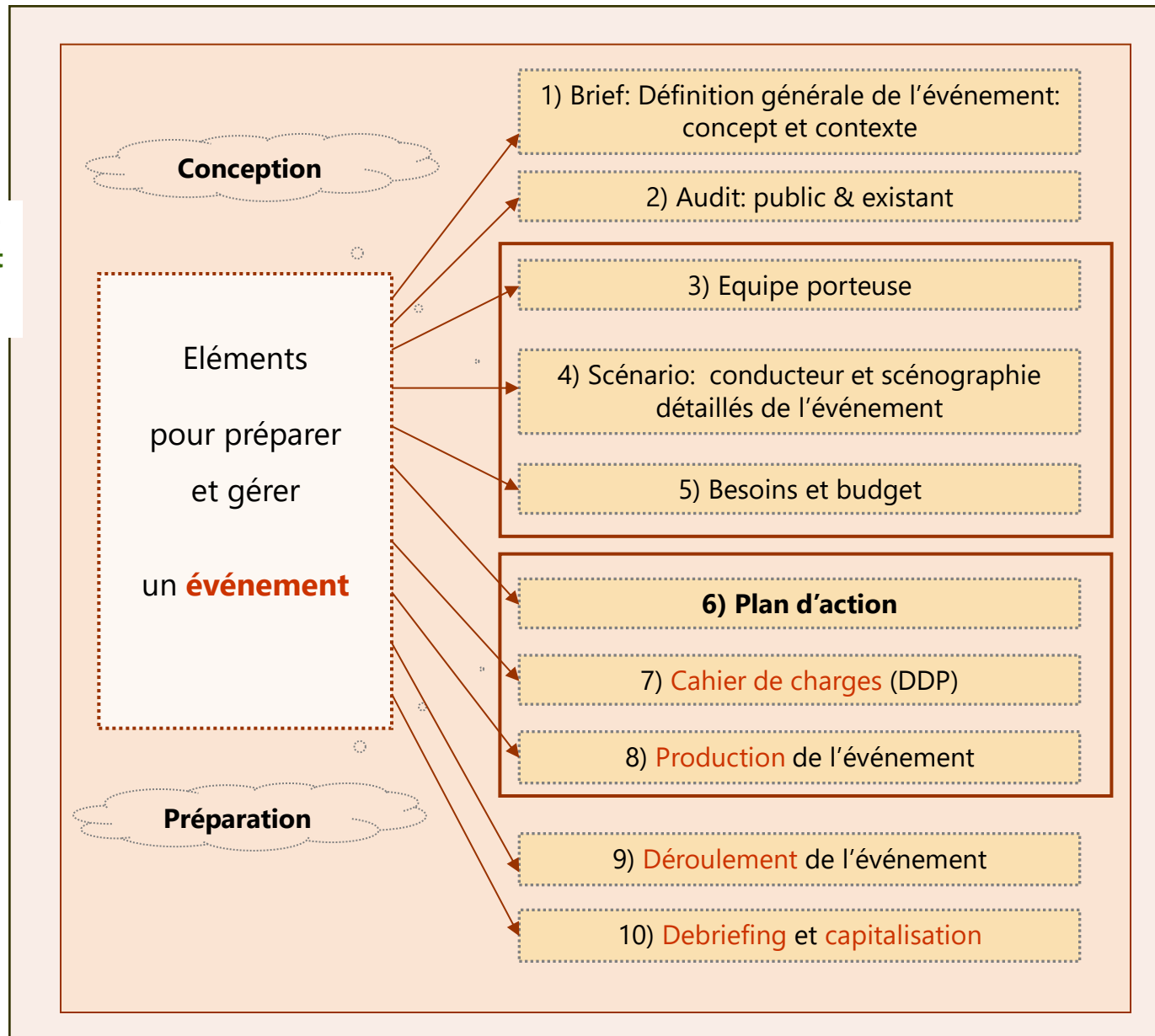
☞ **dépenses** ⇔ **recettes**

▪ **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**

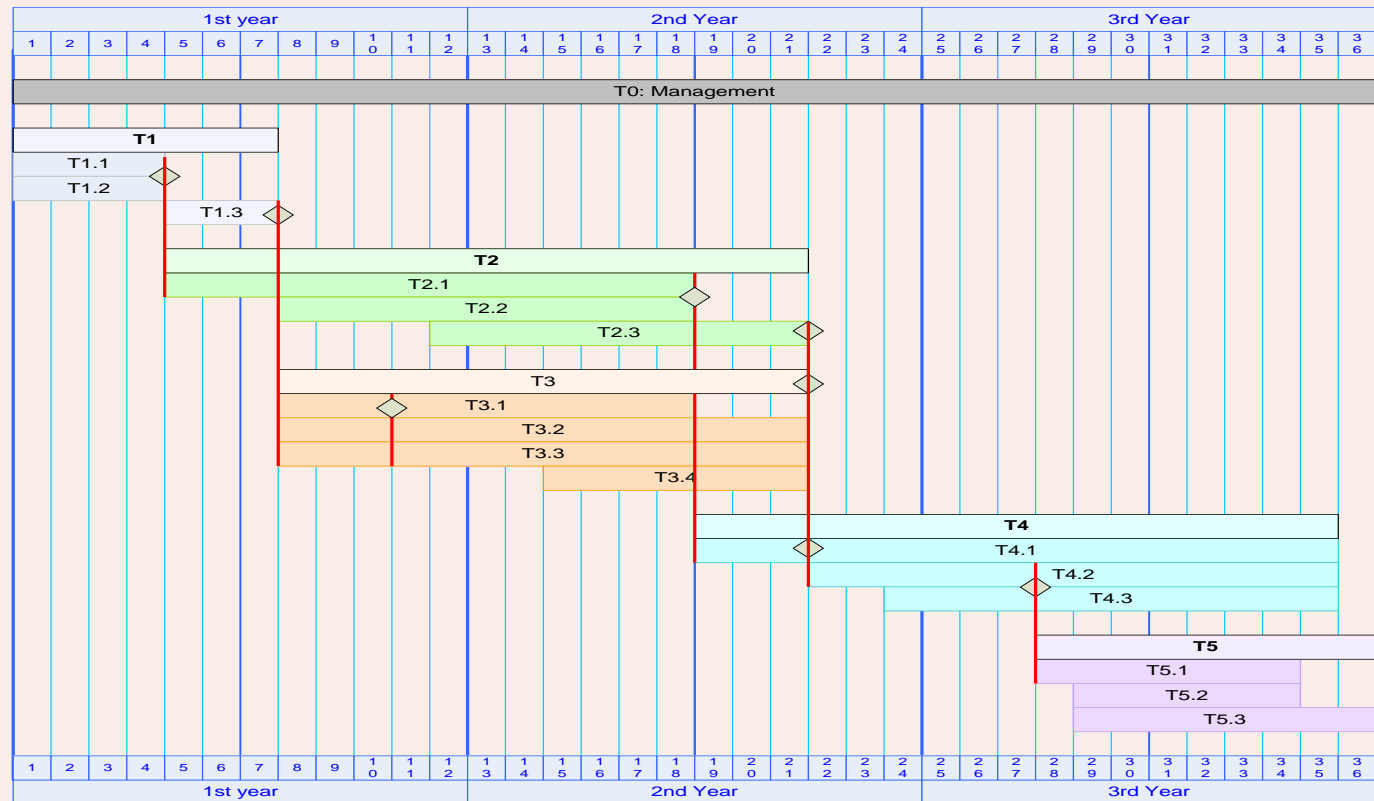
□ **Plan d'action:** comprend essentiellement:

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 taches.**

□ 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

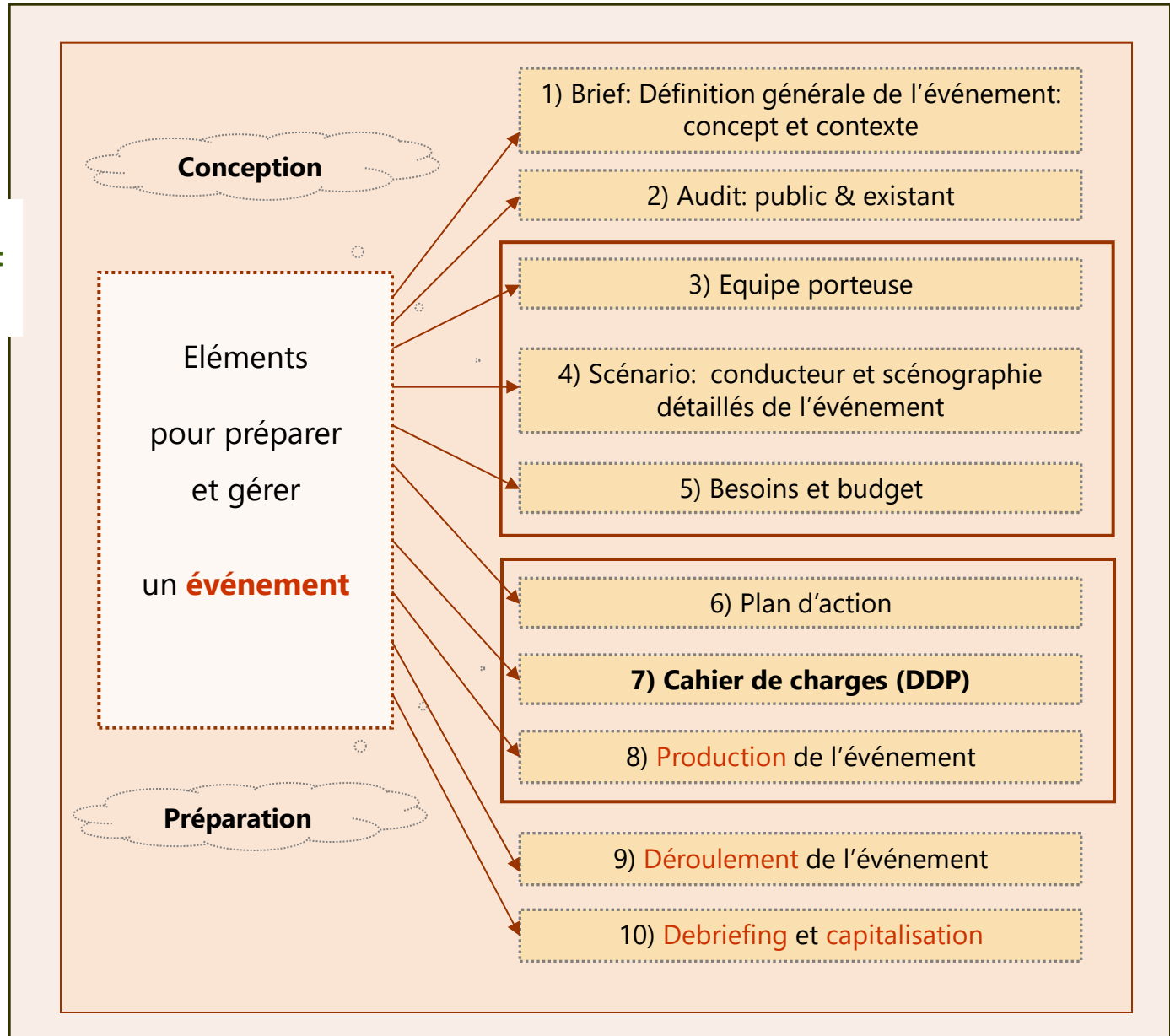
A consulter:

Cours 4 – Description technique du projet.

GANTT project - Outil libre pour créer des diagrammes GANTT

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.**

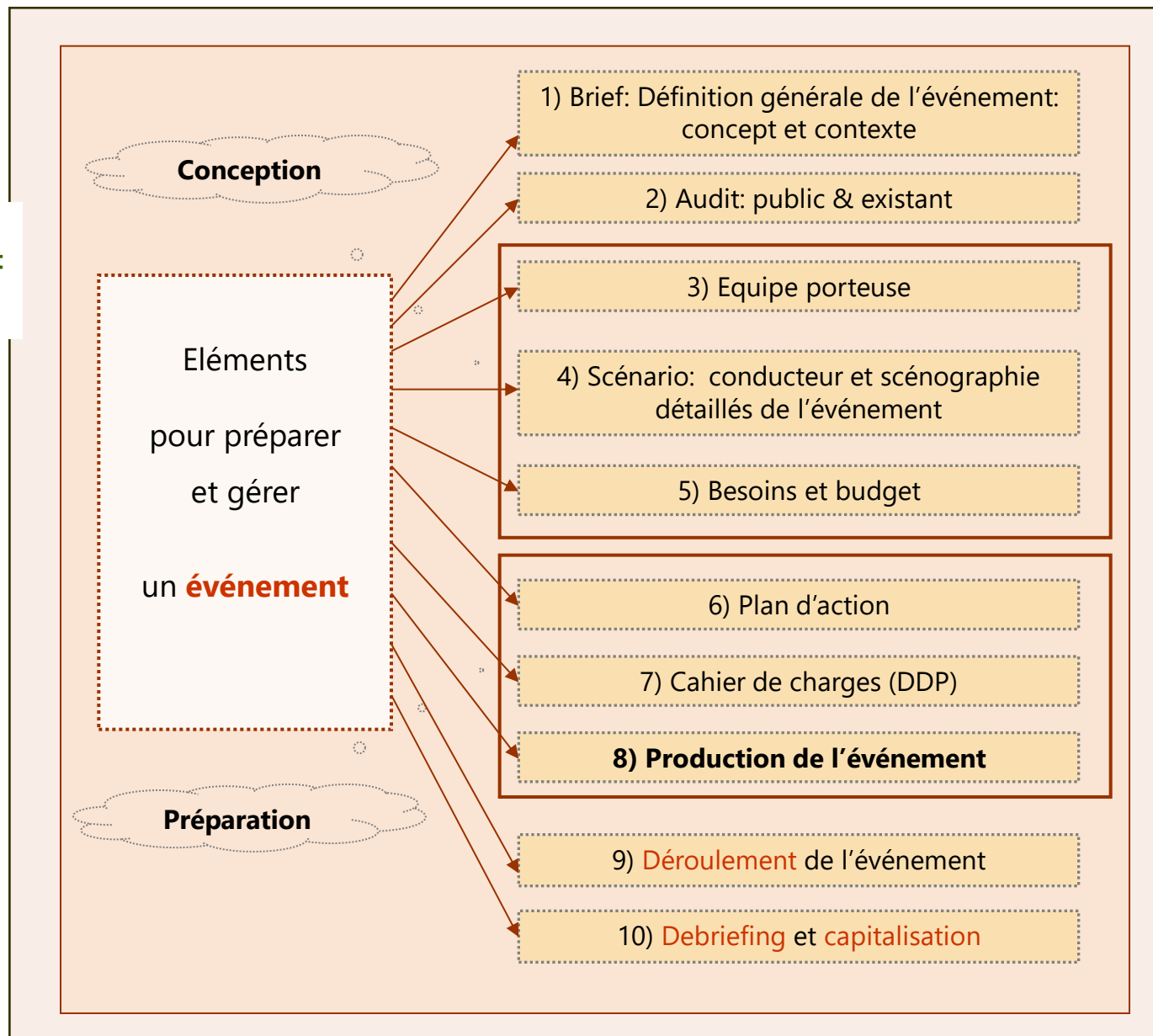
⇒ Bibliographie

⇒ Glossaire

⇒ Etc.

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

Principales tâches pour préparer un événement

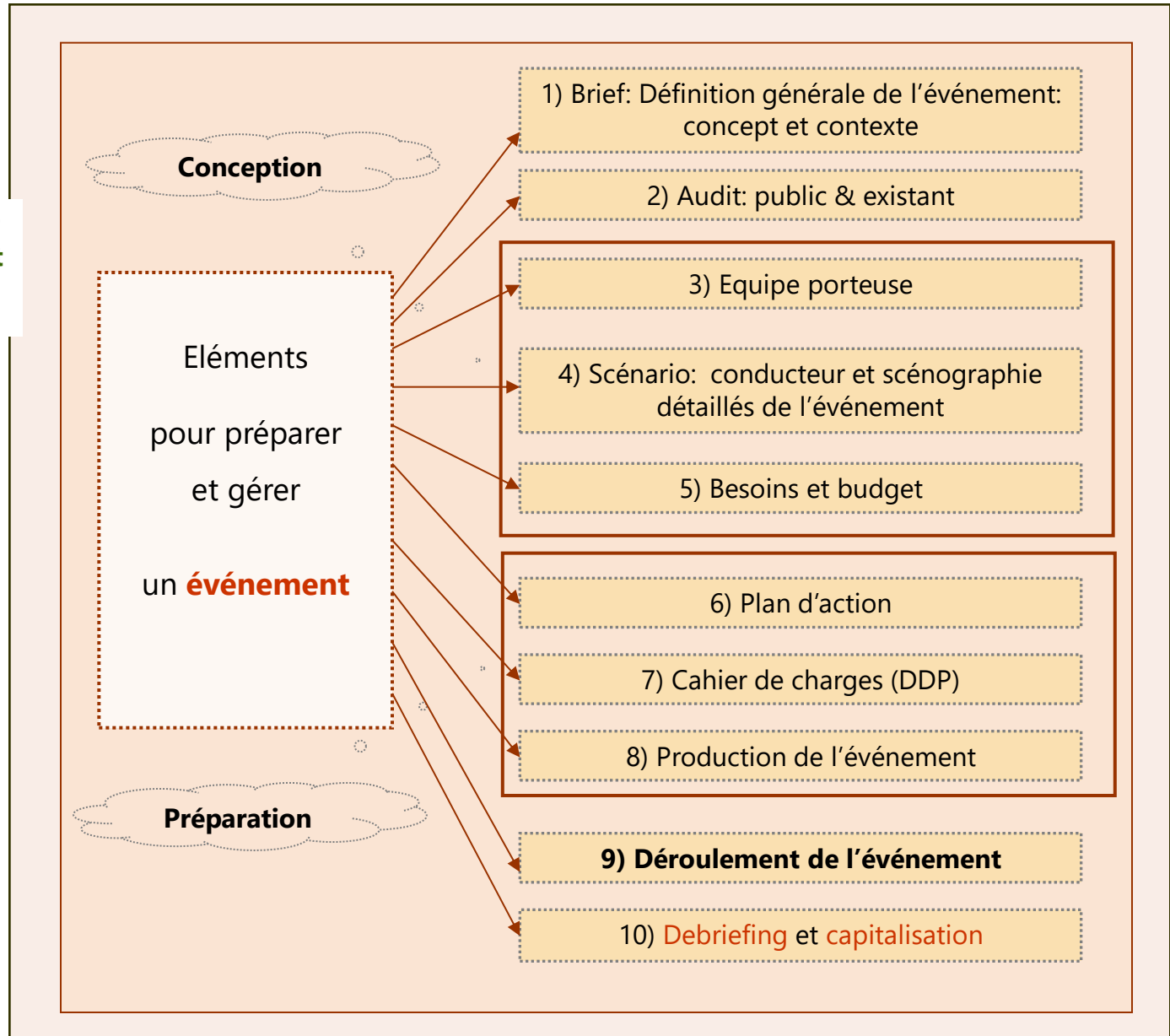


La production de l'événement

- **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.

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 ...

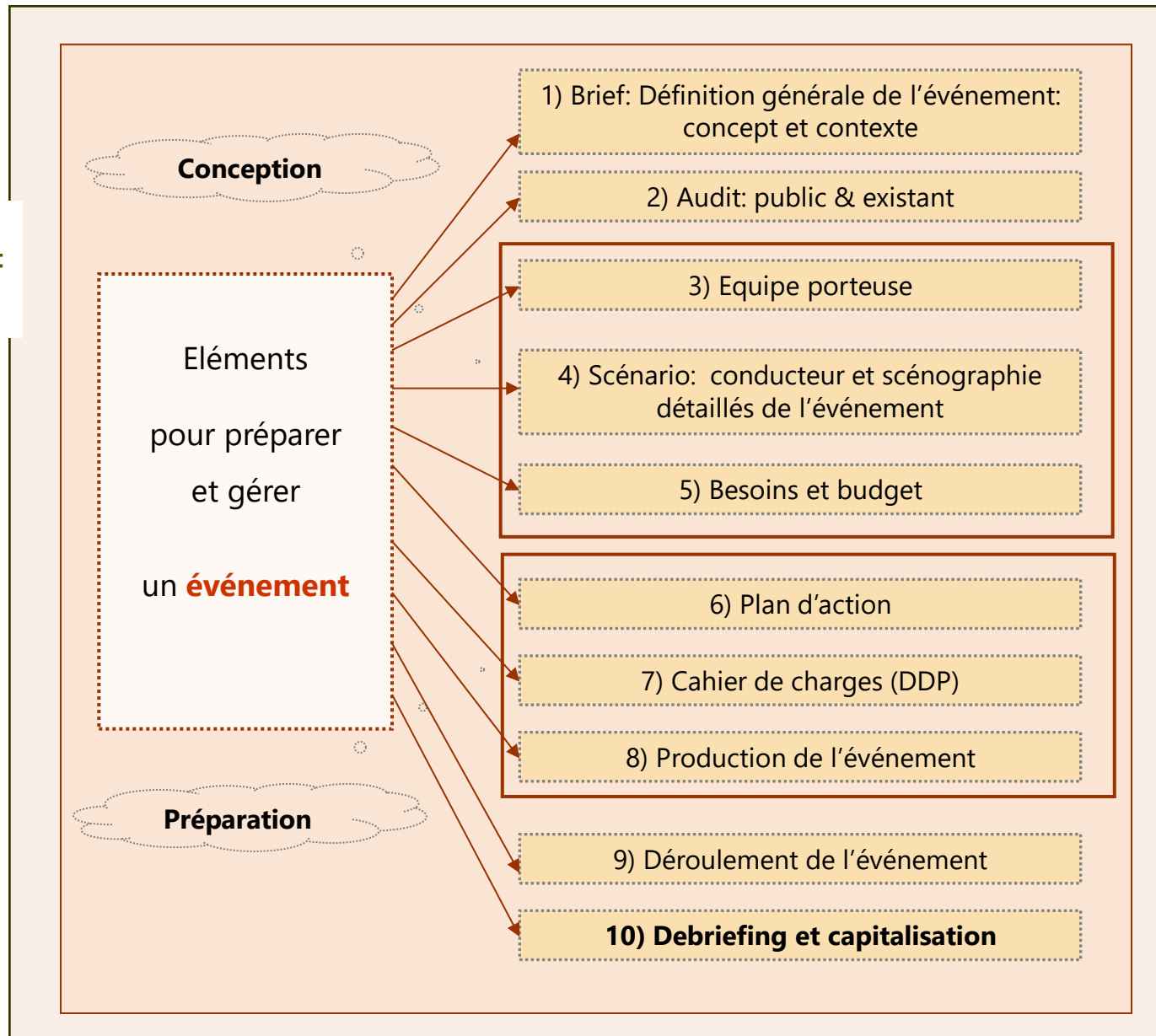
- **suivi du conducteur** (calendrier annoncé des actions et animations);
- **surveillance de l'espace** utilisé par l'événement;
- **suivi des prestations logistiques** nécessaires au bon déroulement ;
- **accueil et accompagnement** du public;
- **collecte des commentaires**, critiques, propositions,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

