

Organiser un événement consiste, à planifier et à exécuter de nombreuses tâches, à effectuer des centaines d'appels et d'envois de courriels, à négocier avec plusieurs fournisseurs et à tenir compte de multiples détails. Il existe des étapes, des règles et des principes de base à suivre. Ils demeurent toujours les mêmes, peu importe la nature et la taille de l'événement.

Pour tout projet événementiel que vous aurez à réaliser, vous devez passer par les six étapes suivantes :

1. Le projet
2. Le plan préliminaire
3. Production et logistique
4. La communication
5. L'événement en lui-même
6. Analyse et bilan

#### 1. LE PROJET

La première des choses à faire est de définir les fondations de l'événement. La mission, les objectifs et le profil des participants. C'est sur ces trois éléments que reposeront toutes les décisions que vous aurez à prendre au cours du processus de planification

- La Mission : Définir pourquoi on fait cet événement, sera t'il récurrent, y a t'il des antécédents, existe t'il des événements similaires, etc...
- Les Objectifs : Quel est le but à atteindre, définir le contenu, quelles sont les attentes du public visé, définir les éléments de communication
- Les Participants : À qui s'adresse principalement l'événement, quel est leur âge, d'où viennent ils, tout ce qui permettra de définir la cible de l'événement.

#### 2. LE PLAN PRÉLIMINAIRE

- Définir le contenu sommaire et la durée de l'événement par la rédaction d'un programme prévisionnel et déterminer la durée approximative de chaque moment de l'événement.
- Déterminer les besoins principaux et secondaires. L'hébergement, la restauration et les besoins en espace et en salles sont les besoins principaux. Les besoins secondaires concernent l'inscription, les éléments techniques, le matériel de communication, l'informatique, etc. Pour les hébergements, vous devez déterminer qui en aura besoin, quand ils en auront besoin même si c'est approximatif à cette étape. Comme il est plus facile d'annuler la réservation de chambres que d'en réserver d'autres, je vous conseille de prévoir le nombre maximal de chambres nécessaires. Le deuxième besoin principal à analyser concerne la restauration. Pendant toute la durée de l'événement, aurez-vous besoin d'offrir aux participants et aux différents intervenants des repas ou des boissons, sous quelle forme et est-ce que les frais liés à la restauration seront assumés par vous ?  
En totalité ou en partie ?



Établissez une liste des différents repas servis aux participants.

Le dernier besoin principal et non le moindre est d'analyser votre besoin en nombre et type de salles ou d'espaces nécessaires. Stage, compétition, soirée officielle, etc., le besoin peut être très différent en fonction de l'importance de votre événement. Vous devrez déterminer le nombre de personnes qui participeront à chacune de ces activités pour choisir le lieu qui correspond à votre besoin.

Pour les besoins secondaires il convient de les analyser de façon générale sans rentrer dans le détail. Ils sont par exemple :

- l'inscription des participants
- l'accueil sur le site
- les discours
- les besoins en location, tables, chaises ou autres accessoires
- les besoins en matériel informatique ou de communication (téléphone, accès Internet, écran, ordinateur portable, etc.)
- les remises de prix
- location d'équipement technique de son ou d'éclairage et personnel spécialisé
- les traducteurs, photographes, agents de sécurité, etc.
- les cadeaux aux participants et aux VIP
- le service de navette, d'autobus ou d'un autre moyen de transport

Lors de la planification de vos besoins, il faudra songer aux personnes externes à l'organisation et à haute spécialisation : arbitres, commissaires, experts, VIP.

- Choisir la période idéale pour la tenue de l'évènement. S'il s'agit d'une première édition, vous devez évaluer des dates qui vous permettront d'atteindre vos objectifs et d'obtenir un taux maximal de participation. Pour ce faire, il faut prendre différents facteurs en considération.
  - les éléments techniques : calendrier international, national et régional
  - les freins : les congés scolaires, les vacances, la disponibilité des bénévoles, etc...
  - Le milieu : le début de saison n'est pas le meilleur moment pour une compétition, mais plus favorable à un stage de reprise, etc...

Si l'évènement est récurrent, il faudra analyser si la période et les horaires de l'année précédente sont bons ou éventuellement changer de date.

- Repérer des sites qui pourront répondre à vos besoins. En fonction de l'importance de l'évènement vous devrez vous poser différentes questions.
  - Dans quelle région devrait avoir lieu l'évènement ?
  - Quel serait l'endroit idéal selon la provenance des participants ?
  - Une salle près d'un aéroport, un hôtel, un espace multifonction avec hébergement, etc.

Appuyez vous sur des sites internet spécialisés dans les événements, sur les collectivités locales et les capacités de votre région. Si vous devez avoir plusieurs sites d'hébergement, pensez à des emplacements avec des prix et des environnements différents afin de donner le choix aux participants. Pour un évènement international passez par des grands groupes hôteliers qui ont des services dédiés.

- Bâtir un échéancier général et évaluer le personnel nécessaire. La planification d'un événement devrait s'amorcer entre 2 à 12 mois avant la date de sa tenue, selon son envergure et sa complexité. Voici une liste des étapes qui fonctionne pour tous les projets.
  - 1ère réunion de production avec les responsables pour déterminer les bases du projet
  - élaboration du plan préliminaire (choix du site, date, contenu)
  - réalisation de l'échéancier et du budget responsables du projet



- approbation du plan préliminaire par les responsables du projet
- élaboration du contenu détaillé de l'événement
- visite des sites potentiels
- approbation du contenu détaillé de l'événement par les responsables du projet
- envoi des invitations et du formulaire d'inscription
- date limite pour la réception des inscriptions
- négociation des contrats avec les fournisseurs ;
- production des éléments et du matériel de communication ;
- montage, événement et démontage ;
- compilation des analyses et rédaction du bilan de l'événement

En cas d'incertitude (commande et livraison d'objets promotionnels fabriqués à l'étranger), faites appel à un fournisseur d'expérience. L'échéancier, tout comme le budget, doit être le plus réaliste possible. Classez par ordre chronologique afin d'établir l'échéancier global de l'événement. Il pourra être ajusté en cours de réalisation du projet. Distribuez à tous les décideurs et intervenants afin que toute l'équipe soit sur la même longueur d'ondes.

- Établir les revenus et les dépenses pour préparer un budget provisoire. Il existe trois résultats budgétaires possibles :
  - réaliser un profit
  - atteindre le seuil de rentabilité
  - réaliser un événement à perte

Vous devez vous fixer la aussi un objectif en fonction du but de l'événement. Un événement promotionnel pourra le cas échéant être à perte dans le but de faire connaître vos disciplines ou promouvoir votre structure. Par contre si le but est d'apporter des revenus à votre structure il faudra déterminer le résultat que vous souhaitez atteindre.

Vous allez créer votre budget en fonction de ce but. Pour cela il vous faut compiler tous les revenus et toutes les dépenses liées à l'événement.

Sources de revenus

- Frais d'inscription
- Frais de location (exposants)
- Inscriptions soirée de gala
- Partenariat
- Annonces publicitaires
- Ventes d'objets dérivés
- Financement : subventions publiques ou privées

Les dépenses : fixes, variables ou indirectes

- Location de salles
- Frais de location (barnums, stands, sonorisation, etc...)
- Hébergements
- Restauration
- Animations
- Communication, pub, internet
- Cadeaux, récompenses, etc...
- Honoraires, frais, etc...
- Frais divers (assurance, etc...)

À cette étape, il convient de toujours arrondir les montants vers le haut et non vers le bas.

Avec ce budget prévisionnel vous allez pouvoir effectuer des modifications du contenu de votre événement afin d'atteindre votre objectif financier.

Vous êtes prêt pour passer à l'étape suivante.



### 3. PRODUCTION ET LOGISTIQUE

Cette phase va consister à :

- Planifier et définir le contenu exact de chacune des activités
- Déterminer la façon dont elles seront réalisées
- Choisir les fournisseurs ou des intervenants
- Établir les actions avec eux
- Coordonner les détails
- Communiquer les informations nécessaires aux différents intervenants

C'est ici que l'on va déterminer le Quoi, Comment et Qui

Il va falloir évaluer la faisabilité des idées, proposer des solutions de rechange, si c'est nécessaire, mettre en place des méthodes d'exécution et valider les processus d'exécution.

Pour vous aider dans ce processus mettez vous à la place du participant. Vérifiez tout au minimum deux fois.

- Le site de l'événement - Hébergements, Salles, Espaces, Transport  
Lors de la visite du site vous devez vérifier les points suivants :
  - Position du quartier général (vous y passerez beaucoup de temps)
  - Dimensions de la salle principale, capacité d'accueil du public
  - Les équipements techniques, les accès handicapés
  - Les horaires d'accès
  - Les distances entre les différents lieux
  - Les facilités et services
  - Accessibilité, parking, transports en commun
  - La réservation des chambres et annulations potentielles
  - La capacité d'accueil des hôtels en fonction de votre besoin
  - Les restaurants aux alentours

En fonction de la période, vérifiez ce qui risque de changer.

Si vous êtes responsable de la gestion de l'hébergement, une liste des inscriptions devra être dressée et remise au responsable des réservations de l'établissement hôtelier. Dans cette liste, pensez à inclure les chambres pour les dirigeants, les VIP, les équipes d'opérations, les équipes techniques, etc. Il faudra gérer l'arrivée des participants. Sur quel période de temps, directement à l'hôtel, etc... Nommez un responsable pour la gestion de ce point très important.

- La restauration  
Une attention particulière devra être portée à la restauration en particulier lors des temps forts de votre événement (soirée de gala, réception VIP, etc...).
- Pour les équipes techniques et les personnels spécialisés (Arbitres, commissaires, experts, etc...) prévoyez un coin "café".  
Pendant l'événement lui-même vous pouvez prévoir plusieurs type de restauration en fonction du programme que vous avez établi.
  - Service à table
  - Plateaux-repas
  - Traiteur
  - Buvette : C'est une source non négligeable de recettes.
- L'Événement
  - Quels sont les objectifs et les buts que nous voulons atteindre grâce à l'activité ?
  - Quel est le profil des participants
  - Combien y aura-t-il de participants ?
  - De combien de temps dispose-t-on pour réaliser l'activité ?



## 4. LA COMMUNICATION

### Annoncer l'événement

Vous pouvez être le meilleur concepteur ou gestionnaire, si vous n'avez pas de participant votre événement sera un fiasco. Il est primordial de le faire connaître à votre public. En fonction du type d'événement la communication sera différente. Pour un événement grand public il faut une communication de masse.

- Télévision, radio
- Journaux
- Communiqué de presse et relations publiques
- Magazines spécialisés
- Flyers, affiches
- Campagne e-mailing
- Internet, réseaux sociaux
- Bouche-à-oreille

Si vous ne maîtrisez pas ce sujet, faites appel à une agence spécialisée, mais attention au coût.

Pour un événement ciblé, il faut utiliser des outils de communication directe.

- e-mailing
- Internet, réseaux sociaux
- Magazines spécialisés
- Flyers, affiches
- Contacts référents ou influenceurs

Utilisez votre réseau personnel ou celui de vos proches pour faire suivre l'information. Envoyez des invitations aux VIP qui influenceront leur entourage.

### Inviter à s'inscrire

Trop tôt ou trop tard ! Il va falloir évaluer le bon délai entre le moment où vous lancez les inscriptions et la date de l'événement. Si c'est trop tôt il faudra réitérer l'invitation et vous aurez fait du travail inutile. En fonction de l'importance de votre événement le délai entre invitation et événement sera plus grand. Pour un événement international il faudra commencer à communiquer au moins un an avant. Pour un événement régional quelques mois avant sont suffisants. Relancez, faites des points réguliers. Dans tous les cas relancez toujours la semaine avant la clôture des inscriptions.

### S'inscrire

Il y a trois méthodes :

- à l'avance : si vous avez besoin d'obtenir un nombre précis de participants
- sur place : si vous n'êtes pas limité par le nombre de place
- une combinaison des 2 : le meilleur compromis dans la mesure du possible

### Gérer les inscriptions

Pour la gestion des inscriptions vous devez privilégier la méthode informatique. Aujourd'hui il existe une quantité de solutions gratuites et efficaces.

### L'invitation ou le formulaire d'inscription

Dans votre formulaire d'inscription, qui est souvent le premier contact avec les participants, il doit impérativement y avoir :

- le titre ou le logo de l'événement
- le contact de la personne en charge du suivi des inscriptions
- les Noms Prénoms, contacts et coordonnées de(s) participant(es)
- les informations indispensables au bon déroulement de l'événement (appartenance, niveau, catégories, etc...)



- la date, le lieu et les horaires de l'événement
- une brève description du contenu de l'événement
- un argumentaire court et incitatif
- le formulaire de réservation des repas et/ou hébergements (ou leurs site web)
- la date limite d'inscription
- une brève description du contenu de l'événement
- un argumentaire court et incitatif
- le formulaire de réservation des repas et/ou hébergements (ou leurs site web)
- la date limite d'inscription

### Identifier tous les participants

Pour les événements importants, vous devez identifier les participants, les exposants, les intervenants, les équipes techniques, etc...

La fabrication de badges est indispensable. Cela vous permettra de savoir immédiatement à qui vous avez à faire et aussi de limiter certains accès lors de l'événement lui-même.

### Billets, tickets, etc...

La fabrication et l'impression de billets d'entrée pour le public peut s'avérer utile pour les grands événements. Les tickets repas pour vos équipes techniques et pour les participants permettront la bonne gestion et le contrôle.

### Cadeaux et objets promotionnels

Selon la nature de l'événement, il est possible d'offrir un cadeau aux participants ou d'y vendre des objets promotionnels. À vous de décider si vous souhaitez intégrer ces éléments à votre projet. Sachez qu'il existe une multitude d'entreprises qui se spécialisent dans la fabrication d'objets promotionnels et de cadeaux corporatifs, et dont les prix sont très variés.

Pour les intervenants, arbitres, commissaires, VIP c'est aussi une occasion de les remercier de leur présence.

### Matériel imprimé

Vous trouverez ci-dessous quelques règles de base.

- Tous les éléments imprimés reflètent la qualité de l'événement. Soyez intransigeant sur la sélection de l'équipe de rédaction, d'infographie, etc...
- Quel message voulez-vous délivrer et à qui ? Utilisez des textes simples, clairs et précis. L'information doit être pertinente, suivre une logique et le langage doit être adapté au profil des destinataires.
- Identité visuelle. Servez-vous des mêmes couleurs et éléments, de la charte graphique et du même langage. Veillez également à ce que le logo de l'événement apparaisse sur toutes les pièces.
- Employez de préférence des phrases positives.
- Faites relire plusieurs fois pour faire la chasse aux fautes d'orthographe, aux coquilles et pour être sûr de ne rien avoir oublié.

### Affichage sur le site

Votre événement doit se voir de loin et il doit être facile à trouver. Affichage extérieur, arrêt de bus, panneaux municipaux, mais aussi affichage à l'intérieur du bâtiment principal de l'événement. N'oubliez pas les fléchages directionnels et la signalétique pour naviguer facilement dans les bâtiments (toilettes, bar, salle de restauration, vestiaires, etc...).



## 5. L'ÉVÉNEMENT EN LUI-MÊME

C'est évidemment la partie la plus importante qu'il ne faudra pas rater. Les équipes techniques seront mises à rudes épreuves, et il faudra les manager en permanence. Afin d'éviter tout problème insurmontable, tout ce qui peut être fait avant doit l'être. Vous allez vous retirer beaucoup de stress en ayant bien préparé vos équipes. Si c'est une première, ne vous faites pas d'illusion il y aura des "ratés".

### Préalable

Le souci principal de tout organisateur doit être celui de la sécurité des participants et du public. Il doit faire prévaloir ce sentiment et vérifier que toutes les dispositions adéquates ont bien été prises.

Vous devez tout prévoir dans les moindres détails afin de laisser le minimum de place à l'improvisation pendant le déroulement de l'événement.

En fonction du type d'événement que vous allez organiser, il faudra prévoir différents intervenants.

### La compétition sportive

Lors de vos préparatifs vous aurez prévu le matériel nécessaire pour la bonne tenue de la compétition. Tables et chaises pour les commissaires sportifs et les arbitres, ainsi que pour votre table centrale. Souvent et en fonction de la place disponible vous aurez à installer ces éléments soit tard la veille ou le matin de bonne heure. Anticipez et préparez tout de façon à avoir le moins de manipulations à faire le jour même.

A l'arrivée des compétiteurs, vous aurez les vérifications administratives d'usage :

- Contrôle des passeports sportifs
- Contrôle des licences
- Contrôle des certificats médicaux
- Contrôle du matériel

Dès que les vérifications ont été faites, déléguez les échauffements à un gradé de votre organisation.

Accueillez les VIP et les arbitres par un café de bienvenu, c'est toujours apprécié. N'oubliez pas de faire les réunions pour harmoniser les détails techniques et faire passer les messages sur le programme, le règlement de la compétition, les informations organisationnelles et la sécurité des participants.

Avant de lancer votre compétition, il est de bon usage de faire les discours de bienvenue. Mettez en avant les VIP en leur cédant la parole. Ne faites pas trop long, les compétiteurs sont toujours impatients de démarrer.

Appuyez-vous sur les textes fédéraux pour la bonne gestion de la compétition. Règlement sportif du CNKDR, Règlement des grades pour les examens, etc...

### Les grands stages techniques

En dehors de la gestion habituelle, il faut prévoir un certain nombre de cadres techniques en plus des personnalités invitées.

D'un point de vue technique il est important de faire des réunions préalables avec le responsable technique (souvent le plus ancien dans le grade) pour éviter toute perte de temps dans l'organisation de groupes de travail par exemple.

### Les événements clubs

On est là plus proche d'un événement standard. A vous d'organiser votre événement avec des temps forts, comme des démonstrations ou des petits événements successifs. Il faut du rythme pour que votre public ne s'ennuie pas.



## 6. LES IMPRÉVUS ET LA SÉCURITÉ

Lors d'un événement il y a toujours des imprévus. Ci-dessous quelques éléments à prendre en considération. Avant la tenue de l'événement, prenez des renseignements auprès du responsable du site.

Les numéros de téléphones utiles en cas d'urgence.

- Le responsable sécurité du site
- Les pompiers
- Le samu
- La police

À quel endroit se situe l'hôpital le plus près ?

Quel est l'équipement disponible sur le site ?

Quels sont les services que le site peut vous ?

Engagez un médecin ou une infirmière qui vous accompagnera lors de l'événement.

Les assurances

Vous devez détenir une assurance pour tous les événements que vous organisez. Consultez le responsable du site au sujet de la couverture qui doit être fournie, ainsi que celle demandée par vos fournisseurs.

Analysez également si vous avez besoin d'assurances pour les activités qui se dérouleront lors de l'événement.

Donnez ensuite ces renseignements à votre compagnie d'assurance et vérifiez que vos besoins sont couverts.

N'oubliez pas d'apporter votre preuve d'assurances ainsi que les coordonnées de la compagnie d'assurances lors de l'événement.

La sécurité

Lors de la planification d'un événement, il faut évaluer si un service de sécurité est requis, que ce soit pour la sécurité publique, le contrôle de la circulation, la vérification des entrées sur le site, la surveillance contre les vols, la gestion du stationnement, etc. Déterminez le type de service nécessaire, la période (horaire) et les zones à couvrir.

Ci-dessous une liste non-exhaustive de service ou besoins auxquels vous devez penser :

- Personne à mobilité réduite
- Poubelles et entretien
- Systèmes de communication
- Accessibilité livraisons
- Mise à jour du budget (à faire en temps réel pour éviter les surprises)
- Trousse de survie (tous les petits outils indispensables qui vous feront défaut le moment venu)
- Liste de "Matériel à ne pas oublier"
- En cas de problème, gardez votre calme et votre sourire.

## 7. LE JOUR "J" ET LE BILAN

Le Jour "J"

Il est trop tard pour reculer ! Vous allez avoir besoin d'énergie. Toute la journée vous devrez répondre présent à toutes les interrogations. Vous êtes celui ou celle qui connaît tout ! Vous devrez prendre des décisions des fois dans l'urgence, mais à la fin vous aurez réalisé que tout c'est plutôt bien passé et que votre événement a été un succès.

Vous devrez vous positionner à l'endroit stratégique où vous verrez tout le monde et serez accessible facilement pour vos équipes. Veillez à tout vérifier, ne pensez pas que... ne croyez pas que... n' imaginez pas que...





Mais vous devez aussi profiter du moment pour analyser, prendre de notes sur ce qui est bien et pas bien, prenez des photos pour mémoriser les réussites et les problèmes.

Faites le tour des invités et VIP pour prendre la température. C'est un moment privilégié pour mesurer la réussite de l'événement.

### Le démontage

Il est toujours étonnant de constater que la préparation prend souvent plusieurs jours ou semaines, mais que son démontage s'effectue en quelques heures seulement !

C'est un moment particulier qui signifie que l'événement est presque terminé et que le travail des dernières semaines est bientôt de l'ordre du passé.

Il reste encore du travail :

- Indiquer aux équipes ce que vous désirez conserver (signalisation, bannières, comptoirs, etc.) afin qu'ils ne se retrouvent pas aux poubelles ou au recyclage !
- Vérifiez que tout le matériel qui doit être rapporté se trouve dans le camion de retour et gardez avec vous le matériel et les documents importants.
- Après le démontage, faites un dernier tour des salles utilisées afin de vous assurer que rien n'a été oublié sur les lieux, remerciez les membres des équipes d'opérations et remettez les clés.
- Procédez aux formalités de départ.
- Soyez prudent sur le chemin du retour.

### Le bilan

Même si l'événement est terminé, votre travail n'est pas terminé pour autant. La dernière étape consiste à effectuer le bilan de l'opération.

Ce document sert à résumer le contenu et à relever les forces et faiblesses des différents aspects du projet. Il vous permettra d'en évaluer la performance et d'améliorer la formule au cours des années à venir.

Premièrement, établissez les grandes lignes du projet.

- Description de l'événement
- Exploitation sur le site
- Différentes activités
- Liste des intervenants
- Hébergement et restauration
- Communication
- Objectifs
- Finances
- Conclusion

Au final vous aurez à vérifier que votre événement, en plus de son succès, vous aura rapporté un peu de bénéfice. Il vous aura aussi certainement laissé pleins de bons souvenirs à partager avec votre équipe. D'ailleurs ne les oubliez pas et faites un bilan avec eux lors d'un repas partagé tous ensemble. Ils seront alors motivés pour la nouvelle édition que, j'en suis sûr, vous aurez à cœur d'organiser l'année suivante.

L'organisation d'événements est un gros travail, mais il procure des joies inoubliables que vous raconterez longtemps et les souvenirs qu'ils vous laisseront, compenseront largement les tracas dus à leur organisation.

