



Partie 1

**PRÉPARER  
LE PROJET  
ÉVÉNEMENTIEL**

# Introduction

---

La phase de préparation est évidemment indispensable pour conduire à la réussite de l'événement. Il va s'agir déjà de bien déterminer ce que l'on veut, à quoi cela doit servir et ce que l'on veut mettre comme moyens pour y arriver, tant financiers que techniques et bien sûr humains.

Dans un premier temps, il faut se concentrer sur la formulation du besoin auquel l'événement préparé viendra répondre et sur la manière de le présenter.

Un bon moyen reste de se mettre en « mode projet » :

- définir des objectifs ;
- préparer un planning global d'avancement du projet ;
- calculer un budget ;
- rédiger un cahier des charges.

Ce n'est pas tout : si vous évoluez en entreprise (comme, dans une moindre mesure, dans la sphère familiale ou amicale, voire associative), votre projet porte en lui une nécessité de communication :

- objectifs ;
- échéances ;
- actions ;
- destinataires ;
- moyens mis en œuvre, etc.

C'est là que vous allez préciser et planifier le rôle des acteurs, en sollicitant les personnes-ressources dont vous avez besoin et évidemment chiffrer le coût global du projet, ou en tout cas prendre en compte le budget que l'on va vous donner, comparé à tout ce qu'il y a à faire.

Enfin effectuer une analyse des risques peut s'avérer nécessaire dans les environnements plus complexes ou tendus :

- lister les freins, leurs effets, les hiérarchiser ;
- lister, planifier et chiffrer les actions préventives et curatives.

Pour résumer le travail et valider l'ensemble du projet, une note de cadrage peut servir de document de référence par la suite et tout au long du projet.



### **Check-list avant de passer à l'étape suivante**

- ☐ Le projet est en cohérence avec la politique de l'entreprise.
- ☐ Le contexte global a été pris en compte (au-delà de l'entreprise).
- ☐ S'il y a d'autres projets en cours, sont-ils concurrents ? Sont-ils cohérents avec le projet d'événement ?
- ☐ Les rôles ont été clairement attribués et chacun est en mesure de mesurer son implication et ce qu'il a à faire.
- ☐ Les objectifs sont tous formalisés, clairs, mesurables et atteignables.
- ☐ Les personnes-ressources sont disponibles et motivées.
- ☐ La communication est orientée vers les résultats à obtenir.
- ☐ Toutes les cibles ont été identifiées et listées.
- ☐ Les moyens engagés en communication sont en adéquation avec les objectifs à atteindre.
- ☐ Le planning du projet prend en compte l'ensemble des données et a été validé par tous les acteurs.
- ☐ L'utilisation des ressources est optimale.



## Étape 1

# Identifier les besoins

Rien ne sert de courir, il faut partir à point. Nous allons donc d'abord nous poser un petit peu pour essayer de déterminer ce qu'il faut faire pour atteindre le but fixé. C'est tout aussi valable pour la convention d'entreprise que pour l'anniversaire de son conjoint !



### Quels sont les acteurs concernés ?

- Décideurs.
- Directeurs et chefs de service.
- Service communication.
- Service événement s'il existe.
- Collaborateurs (salariés, agents).
- Si sphère privée : l'entourage !

En travaillant à plusieurs, ce qui est vital quand il s'agit de créativité, nous allons pouvoir répertorier les besoins stratégiques à partir de la réflexion sur l'opportunité d'organiser un événement : anniversaire, inauguration, convention, assemblée générale, lancement de nouveau produit...

## ? Que faut-il faire ?

- Déterminer les enjeux stratégiques :
  - enjeux de communication (exemple : gain d'audience) ;
  - enjeux commerciaux (exemple : part de marché) ;
  - enjeux marketing (exemple : lancement de produit) ;
  - enjeux financiers (exemple : valorisation de l'actionnariat) ;
  - enjeux de notoriété (exemple : amélioration du référencement Google®).
- Décliner les enjeux en besoins stratégiques : « pour répondre à cet enjeu, nous avons besoin de... ».
- Les besoins stratégiques permettent de décliner les projets opérationnels : « en réponse à ce besoin, nous pouvons organiser tel type d'événement... ».

Pour ce faire, l'idéal est de pouvoir mettre en place un groupe de travail avec les directeurs et chefs de service pour aborder les points suivants :

- Pour quelle raison faire l'événement ? Il importe que tous partagent le même ressenti quant à l'opportunité de lancer ce projet. Il va de soi que ce genre d'aventure doit faire sinon l'unanimité, tout au moins rencontrer l'adhésion la plus large possible, car il impliquera forcément un grand nombre, sinon tous les collaborateurs.
- Que veut-on promouvoir ou fédérer à travers l'événement ? Quelle image veut-on en tirer ? On peut s'imaginer le lendemain de l'événement et réfléchir à ce que l'on veut en retirer très concrètement.
- Le projet événementiel répond-il parfaitement au besoin ? Cette question toute simple nécessite une réponse plus longue et difficile à trouver. À la limite, on ne le saura qu'après !
- En quoi l'événement est-il le but du projet et en quoi l'événement est-il un moyen, un outil pour la structure ?
- Dans quel contexte plus large s'inscrirait l'événement ?

Et comme toute organisation peut partir dans tous les sens, il peut être opportun de rapporter à la hiérarchie l'avancée du groupe de travail et les questions transversales posées par ce type de projet.

- Quelle est l'implication personnelle des décideurs ou des élus ? La ligne est-elle claire ou va-t-il falloir naviguer à vue et faire d'incessants allers-retours avec eux ?

- Qui commande ? Qui donne le cap ? Qui rend les arbitrages ? Avec quel délai ?
- Est-on bien dans le périmètre de la note de cadrage initial ?

Parallèlement, il faut concevoir le processus de pilotage de l'événement et de validation du projet par rapport aux besoins exprimés, en utilisant la note de cadrage qui va reprendre les étapes du projet et y associer les besoins afférents. Vous pouvez également vous aider du planning détaillé du projet.

Les écrits restant, recueillir et archiver toutes les délibérations et décisions prises quant au pilotage de l'événement est absolument nécessaire, plus l'événement est important.

Dans la même veine, il importe d'informer périodiquement par mail ou intranet/extranet l'ensemble des personnes concernées de l'avancée du projet.



### **Check-list avant de passer à l'étape suivante**

- ☐ Les besoins de votre structure sont clairement vérifiés.
- ☐ C'est bon, les managers ont bien compris les enjeux.
- ☐ Vous avez organisé des groupes de travail/ateliers pour impliquer les managers dans l'avancement du projet.
- ☐ Vous avez sous la main un recueil (papier ou numérique) de toutes les délibérations et décisions prises.
- ☐ Le processus de pilotage du projet a été mis en place.
- ☐ Le projet recueille une adhésion large de vos collaborateurs.
- ☐ Le chef de projet est précisément désigné et tout le monde le sait.
- ☐ Un comité de pilotage est clairement identifié et tous ceux qui en font partie le savent.
- ☐ Vous avez fait un petit travail de documentation sur ce qui s'était fait avant comme événement pour s'inspirer du bon et du moins bon.