L'organisation d'un événementiel

- **Pour quoi faire ?**

L'organisation d'un évènementiel permet en réunissant des personnes ciblées à un moment donné, de faire connaitre le projet et de créer un réseau de contacts. C'est un moyen de communication ponctuel interne et externe pour fédérer et informer. En interne, c'est une façon de mobiliser des collègues de différents services.
Il peut prendre de nombreuses formes en fonction des publics, du type de message et des moyens :
Sur une durée courte : Le lancement d'un projet, la signature officielle de convention, une inauguration, un concours, une remise de prix, etc.
Sur une ou quelques journées : journée de démonstration, conférence, colloque, spectacle, etc.,
Sur une durée plus longue : expositions.
Pour ne pas se surcharger en tant qu'organisateur principal, il est possible de bénéficier d'un évènement plus général pour une intervention ponctuelle ou tenir un stand : portes ouvertes, salon professionnel ou grand public, colloque, festival, etc.

- **Points de vigilance**

L'organisation d'un évènement est chronophage au niveau de la coordination de la logistique et de l'animation.
Un évènement représente un coût qu'il faut pouvoir budgétiser.

- **Conseils**

La préparation de l'événementiel
Préparer l'événement en le formalisant, par exemple sous forme d'un tableau répondant aux 7 questions fondamentales :

Qui ?	Qui porte l'événement ? établissement, partenaire… quelle est la cible visée ?
Quoi ?	Quel est le type d'évènement ? description (inauguration, journée de démonstration…)
Pourquoi ?	Quels sont les objectifs qualitatifs ? présenter officiellement le projet, fédérer autour du projet, communiquer sur le projet, fidéliser un public, restituer les résultats du projet, remercier les participants, etc. Quels sont les objectifs quantitatifs : nombre d'invitations, nombre de visites souhaitées, nombre de nouveaux contacts, etc.
Où ?	Où se déroule l'évènement ? quelle est la capacité d'accueil ?
Quand ?	Quand se déroulera l'évènement ? date, heure, vérifier qu'il n'y en ait pas un autre en même temps qui ferait « concurrence »
Comment ?	Quelle forme ? moyens, conditions de participations, sécurité, accès…
Combien ?	Nombre d'invités, nombre de place, nombre de co-organisateurs…

Construire une équipe d'organisation avec les personnes clés (moyens humains).
Définir les moyens techniques (installations, restauration, buvette, pause-café, stand, etc.)
Définir le budget prévisionnel.
Construire le rétro-planning. Plus il y a de partenaires, plus il faut de validations, plus il faut s'y prendre tôt.
Contacter les intervenants.
Préparer la communication.