

Organiser un évènement institutionnel

Cette note méthodo n'a pas vocation de « procédure » : elle a été rédigée sur la base d'expériences de communicants dans le cadre d'inaugurations, signatures de convention, accueils de délégations officielles ou autres évènements à caractère institutionnel.

Mobiliser les ressources

L'évènement doit être assumé par la ou les directions d'institutions concernées, mais aussi remporter l'adhésion interne. Pour les grands évènements, la constitution d'un comité de pilotage, avec des rôles définis, est nécessaire pour assumer collectivement les choix de formats, mobiliser les volontaires nécessaires et suivre la préparation.

Avant toute démarche de croisement de date, il est nécessaire d'être très clair sur l'articulation des acteurs du projet :

- qui est porteur et qui sont les co-porteurs ? Qui est le validant et/ou les chargés de communication et chargés du protocole (s'ils existent) dans ces structures. Porteurs et co-porteurs sont les « invitants ».
- qui est partenaire ? (non invitants mais visibles sur les supports de communication dans une bannière « partenaires »). Qui est le validant et/ou le chargé de communication (s'il existe) dans ces structures ?
- qui n'est pas partenaire mais important à informer ?

La bataille des invitants

Définir la structure porteuse et les structures co-porteuses et partenaires n'est pas toujours simple, surtout s'il s'agit de projets croisant de multiples réseaux. Ces questions sont souvent liées à la « propreté » structurelle sur laquelle repose l'évènement. En clair : si on n'a jamais défini la responsabilité de chaque acteur, la phase « communication » réveille souvent ces questions « de base » : cela complique beaucoup l'organisation et crée souvent des tensions entre acteurs.

Le format de l'évènement est défini à ce stade, par rapport aux objectifs de l'opération (se faire connaître de partenaires potentiels ? Valoriser l'implication des financeurs ? Impulser une dynamique interne ?), et par rapport à l'échelle de ressources que l'on peut espérer. Un *projet* et un *budget* prévisionnels doivent être rédigés et validés par la ou les directions concernées. Attention : ces documents fixent le cap et en changer en cours de route peut s'avérer assez néfaste pour l'opération : ne pas en minimiser l'importance.

Choix de date

Attention : ne pas minimiser le temps nécessaire pour cette phase. Selon l'importance des intervenants sollicités, cela peut aller de quelques semaines à plusieurs mois. Par ailleurs, la date finalement choisie doit laisser au minimum 6 semaines pour l'organisation (pour les opérations simples), et jusqu'à un an pour les opérations complexes (comme par exemple, un public visé

important, une programmation plus complexe qu'un format classique « discours / visite » ou un lieu devant être réservé très longtemps à l'avance).

Croiser les disponibilités par étape lorsque le nombre de porteurs et partenaires est important :

1. 1^{er} cercle :

Les responsables des structures porteuses : ce sont les personnes qui devront être présentes en personne et qui ne pourront pas se faire représenter (par exemple : le lauréat d'un prix que l'on remet pendant l'évènement !) ainsi que l'agenda du lieu si le lieu est imposé.

=> Faire émerger 3 ou 4 dates

2. 2^e cercle :

Les partenaires et un choix de lieux si le lieu n'est pas imposé.

=> Les informer que c'est la date bénéficiant d'un maximum de présences qui sera choisie. Les personnes non disponibles devront se faire représenter.

3. Cercle large : le « Save the date » :

Informer de la date (voire du lieu, à minima de la ville) le 1^{er} cercle, le 2^e cercle et les invités « évidents ». Le Save the date peut être un simple mail envoyé par le porteur de projet. Ce message doit être suffisamment succinct pour ne pas nécessiter les validations et impératifs protocolaires impliquant tous les partenaires. A ce stade, logos et visibilité des éventuelles articulations partenariales ne sont pas absolument nécessaires. L'idée est d'informer le plus en amont possible, surtout si on est prisonnier d'échéances courtes.

Vers l'invitation officielle :

- **Le porteur constitue la liste d'invités** de son organisme et collecte les listes de chaque partenaire ... ou au moins les prénoms/noms/structures invités par les partenaires s'ils préfèrent envoyer eux même leurs propres invitations. Connaître leur liste permet de supprimer les doublons d'invités. Attention : il est malheureusement courant que les personnes sollicitées pour constituer et transmettre leur liste d'invités ne le fassent pas

avec assez de rigueur à ce stade de la préparation. Cependant, cela est nécessaire pour fixer le nombre de cartons à imprimer (ou pour consolider la liste de mails de diffusion dont une partie est peut-être inconnue). Ainsi, il est courant que le nombre de cartons imprimés s'avère au final insuffisant quand les invitations sont au format papier ou que des co-porteurs

Astuce : la maquette de fichier

Fusionner des listes peut s'avérer chronophage si chacun envoie des fichiers structurés différemment. Fournir une maquette de fichier (un tableau xls, par exemple) fait gagner beaucoup de temps au coordinateur : civilité, prénom, nom, titre, structure, adresse1, adresse 2, CP Ville Cedex, mail, type de diffusion (mail ou papier). Il existe également des systèmes online permettant de centraliser les invitations (LimeSurvey ou SciencesConf, par exemple). Mais ne rêvez pas : quelques invétérés vous fourniront malgré tout le bon vieux mail avec des noms et coordonnées incomplets dans le corps de texte. Prévoir donc du temps de « nettoyage » pour la constitution de la liste d'invités sinon votre diffusion sera difficile...

s'aperçoivent trop tard que des personnes importantes ont été oubliées dans les invitations. Il faut donc sensibiliser les invitants sur ce point lors de la constitution des listes, même si des envois additifs sont toujours possibles sur le tard.

- **Fixer définitivement le choix de lieu** si cela n'a pas été fait lors du Save the date. Le choisir en fonction des critères évidents (localisation, accès, nature des prestations...) dont, évidemment, le nombre d'invités. A titre d'indication, une liste d'invités « très ciblée » permet d'atteindre 70% de présence (exemple : invitation du personnel interne lors de l'inauguration de leur laboratoire envoyée un mois avant) mais rarement plus de 10% auprès d'un public non lié à l'évènement (par exemple, des partenaires potentiels).
- **Concevoir le carton d'invitation.** C'est typiquement l'étape qui cristallise en premier les éventuels manques de clarté dans l'articulation partenariale. En effet, certaines structures sont « invitantes » : leur logo est en visibilité majeure au recto du carton et chacun des responsables « invitants », c'est-à-dire que nom et titre de leur directeur/président (même s'il se fait officiellement représenté) sont cités en intérieur de carton (ou au verso si support recto/verso simple). Les logos partenaires sont eux en visibilité mineure, par exemple en 4ème de couverture pour un carton 4 pages, ou en bas de verso pour un recto/verso.
- **Faire valider le carton d'invitation** par les co-porteurs et partenaires (via leur service communication et/ou leur service du protocole s'il existe). Si la base structurelle est propre, la validation peut être envoyée aux co-porteurs et partenaires en même temps. Sinon, et si les délais le permettent, mieux vaut procéder en deux étapes.

Service Créa du CNRS Rhône Auvergne

Vous pouvez faire appel au pôle communication du CNRS Rhône Auvergne pour créer le carton d'invitation, plaquettes, déclinaison de visuels insérables dans vos supports, voire posters. Sauf portage de l'évènement par le CNRS prévoyant une prise en charge, les impressions resteront à votre charge : seuls les fichiers numériques vous seront livrés et le pôle communication ne se chargera pas des validations de supports par les co-porteurs et partenaires. Le service Créa est sous réserve des disponibilités du graphiste (agenda visible sur Extranet)

Surprise !

Une UMR n'est pas statutairement invitante

Pour une UMR ou structures assimilées, les invitants sont les tutelles, l'UMR n'ayant pas de statut en elle-même. Si on applique cela à la lettre, cela sous-tend que le directeur d'UMR n'est pas cité comme invitants. Le logo de l'UMR ne figure pas non plus dans le bloc-logo des porteurs d'évènement. Pour pallier à ce problème, il existe plusieurs moyens : citer le directeur d'UMR sous les invitants avec la mention « En présence de [+ nom et titre] » ; si l'évènement est porté par une seule UMR ou deux, intégrer le logo des UMR (s'ils existent) dans le graphisme de verso plutôt que dans le bloc-logo des tutelles ; si l'évènement est co-porté par un grand nombre d'UMR (quelques fois la marque d'une base structurelle mal définie, sans porteur véritable...), un encart spécial en 4^e de couverture peut être la solution pour leur donner la visibilité nécessaire.

de ces structures est nominativement

Les règles protocolaires

Ces règles sont fixées par décret pour les personnalités publiques (se renseigner auprès du pôle comm/CNRS-DR). L'ordre de mention des invitants doit respecter ce décret, de même que les logos de 1^{ère} page. Se référer à ce décret permet souvent de gagner du temps sur les discussions (assez peu passionnantes...) concernant cet ordonnancement. Malheureusement, il ne renseigne pas sur de nombreux cas : pas de mention des structures étrangères ou des acteurs privés, par exemple. Cependant, une fois que l'ordonnancement du carton d'invitation est validé, il est repris tel quel pour tous les autres supports sans contestation possible (communiqué et dossier de presse, ordre de discours, site web éventuel, affiches ou kakémono...). Une validation « propre » à ce stade fait donc gagner beaucoup de temps par la suite.

- **Imprimer et diffuser le carton.** Normalement, à ce stade, vous avez centralisé et dé-doublonné toute la liste d'invitation. Une répartition des envois a pu être définie entre co-porteurs. Attention : selon la nature du document imprimé et la réactivité de votre imprimeur, l'impression peut prendre de 48h à une semaine.

Outil de réservation

Fortement conseillé pour collecter les réponses des participants et les compiler. Gros gain de temps garanti par rapport à la collecte des réponses par mail (ou pire, par coupon papier !). Il existe des outils gratuits en ligne du type evenium.fr, ou d'autres quelques fois fournis par vos tutelles.

Communiquer

- Voir la procédure CNRS « relations-presse », inévitable...
- Les supports-presse (CP, DP) doivent être validés par porteurs et partenaires. Ils servent de base à chacun pour communiquer sur leurs propres supports (à commencer par leur web et leurs lettres d'infos). Lors de la conception du carton d'invitation, pensez à faire faire une déclinaison du visuel pour les autres supports : ppt,, entête, encart, page de couverture de doc A4, vignette d'illustration, signalétique... Ce sera toujours utile.
- Ne pas confondre manifestation institutionnelle et opération « grand public » : adapter le plan comm' en conséquence.
- Faire des points d'organisation réguliers pour une bonne répartition des rôles entre organisateurs et volontaires et communiquer en interne sur l'avancement de la préparation.

Organisation, commandes et logistique

Accueil :

- Si vous décidez de pointer les entrées et de « badger » les visiteurs, prévoir minimum 2 personnes pour 100 personnes attendues (ventilation par pôle alphabétique nécessaire à partir de 100 personnes), de même qu'une personne « Accueil des officiels » et une personne « Accueil presse ». Toujours prévoir des badges « vides » pour les bugs d'inscriptions, ainsi qu'un référent pour « trancher » sur l'entrée d'un visiteur non inscrit qui pourrait poser problème. Dans tous les cas : être « accueillant » à l'accueil est une absolue nécessité !
- L'accueil peut être fait avec des forces internes, sur la base du volontariat, mais il existe des prestataires pour cela.
- Côté mise en place : tables, nappes, badges (planche de classement de badges disponible à la comm' DR7-CNRS), et si possible des visuels (kakemonos, par exemple) pour rendre visible le nom de la manifestation et le point d'accueil.



- Une table spéciale « Accueil presse » est un plus (si relations presse prévues) : permet de savoir en temps réel quels médias sont présents et de leur remettre le dossier de presse (voir procédure et outils pour les médias).
- prévoir un brief avec l'équipe d'accueil juste en amont de l'évènement : méthodes, référents en cas de problème avec leurs n° de portables, rappel du programme...

Cocktail :

Commander *dernier délais* 3-4 semaines en amont. Attention : dans certains lieux, seuls des traiteurs « accrédités » sont autorisés. Le service comm' DR-CNRS peut par ailleurs vous conseiller sur les traiteurs selon le type de prestation que vous souhaitez¹ et les détails que vous devez discuter avec eux (heure d'installation, mode d'accès avec ou sans ascenseur, sécurisé ou non, durée de la prestation, point électrique, annexe cuisine, nappage, déco, nombre de serveurs, présence d'un maître d'hôtel, linéaire de tables...). Une prestation de base tourne souvent autour de 6/8 pièces par personne et une bouteille pour 4 (prévoir 20€ par personne minimum pour un cocktail soigné, ceci étant très variable selon le niveau de prestation demandé).

Scène et salle :

- Selon la configuration souhaitée, voici une proposition de check list : écran, vidéoprojecteur (avec visuel de l'évènement puis noms d'orateurs), PC, pupitre sonorisé, éventuellement tables nappées avec chevalets d'orateurs et chaises si plusieurs intervenants (ou fauteuils, ou mange-debout, selon le ton que vous voulez donner), sonorisation (enceintes, micros, dont régie ou simple ampli selon nombre d'entrées son, connexion son-PC si nécessaire), chaises pour la salle (si évènement long), passages du public suffisamment larges (se renseigner sur les règles de sécurité), sorties de secours, linéaire de tables pour le cocktail...
- Si vous louez un chapiteau : il faudra également prévoir un prestataire pour homologuer le chapiteau en termes de sécurité (se faire orienter par son prestataire) et, si vous prévoyez de l'installer sur un terrain public, il faudra en faire la demande auprès de la Ville qui effectuera elle aussi une visite sécurité après montage. Attention : selon le type de chapiteau, les règles imposent la fermeture au-delà de certaines conditions météo (pour certains, pour des vents supérieurs à seulement 70km/h, par exemple). Enfin : pensez à louer des WC si nécessaire et prévoyez un espace spécial pour l'accueil et les vestiaires si tout cela ne peut pas être prévu dans un local de proximité.

¹ Attention : certaines DR ont un marché avec un traiteur pour ce type de prestation



- La location de plantes et la mise en lumière de la salle sont des « plus » très appréciables... mais c'est un budget conséquent à prévoir dans le prévisionnel.
- Pensez à signaler les places réservées pour les institutionnels. Dans l'idéal : nominatif et dans le respect de l'ordonnancement protocolaire (le plus important au centre).

Vestiaire :

Il est fortement conseillé, si vous prévoyez un vestiaire, de faire appel à un prestataire : gérer cela demande de la méthode ; une présence du début à la fin sans interruption ; les « bugs » sont embarrassants ; un prestataire peut assurer non seulement la prestation mais également fournir tout le matériel nécessaire (portants, cintres, tickets...).

Signalétique :

Bien penser à la signalétique externe dans les points les plus pertinents permettant au public de trouver son chemin facilement (et penser à l'enlever auprès...).

Penser à la signalétique interne : vestiaires, WC, accueil, point-presse, et éventuellement points-sécurité, point-information, salle plénière...

Sécurité et points à ne pas oublier :

Voici une check-list de points à avoir en tête : personnel de sécurité (se renseigner auprès du SPS de la DR et impliquer votre AP), un mode d'accès et des places dans la salle pour les PMR, des sorties de secours visibles et signalées, des passages pour les flux de public dégagés et larges, des extincteurs (se renseigner auprès du STP et de votre AP), coin repos si une personne se trouve mal. A noter : en cas de visite ministérielle, la préfecture viendra 2 ou 3 jours avant faire une visite de sécurité : ils demanderont à faire tout le trajet ministériel prévu, à disposer de la liste des personnes présentes, du déroulé protocolaire (programme détaillé + ordre des discours), voire des plans des locaux avec lieu d'accès et de parking prévus, et d'un brief sur les dispositifs de sécurité et l'organisation de filtrage du public par l'équipe d'accueil.

Si vous apprenez qu'une manifestation syndicale a été annoncée, en informer la préfecture (RG). Il est de leur responsabilité de gérer ces aspects sur la voie publique. Si elle est légitimée par une revendication sociale liée à votre structure, votre direction peut proposer aux manifestants de recevoir une délégation de représentants en amont ou pendant l'évènement.



www.cnrs.fr

Divers

Pensez à prévoir une prestation de ménage juste en amont de l'évènement et juste après (sans oublier les WC...). Pensez également à la prestation d'un photographe si vous ne disposez pas de forces internes pour cela. Enfin, une prestation de webcast en direct (payant !) peut être un « plus » pour votre opération.

Les bonus

Coupure de ruban ou visites de laboratoire en petits groupes sont les manières classique de donner plus d'épaisseur à certains évènements. Mais vous pouvez innover...

Quelques exemples rencontrés :

- Demandez aux invités, sur le carton d'invitation, d'envoyer un SMS (d'encouragement, de soutien, de projet...) et demandez à un graphiste d'en faire un visuel projeté en fond de scène (agrégation dans la forme de votre logo, par exemple)
- Pour une 1ere pierre, valorisez la maquette de l'architecte : en l'exposant sous vitrine si c'est une maquette réelle, en la projetant en fond de scène si c'est de la modélisation 3D, en l'imprimant sur une bâche grande taille devant les travaux...

Supports à prévoir

- Un dossier de présentation qui permettra aux personnalités de préparer leur discours et pourra être décliné en plaquette de présentation pour le public, si vous le souhaitez.
- Un dossier « délégation des officiels » : programme détaillé, lieu des places réservées pour leurs véhicules, ordre de discours...
- Des A4 « Réserve » pour les chaises d'officiels (idéalement : nominatif et avec règles protocolaires).
- Un communiqué puis un dossier de presse (voir procédure presse).
- Des visuels: kakémonos, calicots, signalétique... L'idéal est de décliner le visuel lors de la création du carton d'invitation pour fixer une identité graphique sur tous les supports.
- Badges des présences et badge « organisation ».
- Une liste des portables des personnes qui coordonnent l'organisation, à remettre à toutes les personnes participant à l'organisation.
- Une liste de toutes les personnes participant à l'organisation avec un descriptif de leur mission.

Bilan

- Faire le bilan du budget



www.cnrs.fr

- Penser à noter les points forts et les points à améliorer, pourquoi pas lors d'une réunion de débriefing.
- Penser à envoyer les photos et retombées-presse aux co-organisateur, partenaires et orateurs officiels.
- Pourquoi pas valoriser l'évènement en aval via un ou plusieurs vecteurs comm' adaptés.
- Remercier les personnes impliquées !