



FICHE PRATIQUE 6 / L'ORGANISATION D'UN ÉVÉNEMENT

La vie d'un projet de recherche appliqué transfrontalier financé par le programme Interreg V Rhin Supérieur est jalonnée d'événements clefs : le lancement, l'événement de clôture ainsi que toutes autres rencontres, séminaires et colloques prévus dans le cadre du projet. Ces temps forts ont pour fonction de présenter les avancées de la recherche et de la coopération transfrontalière à la communauté scientifique.

Si les rencontres à caractère scientifique sont familières aux porteurs de projet, les autres formes d'événements comme par exemple le lancement ou la clôture les mobilisent de façon variable, car ils correspondent souvent davantage à des attentes vis-à-vis du programme de financement qu'à une réelle plus-value pour le contenu du projet.

Cette fiche, inspirée par des réalisations de projets, a pour but de faciliter la conception et la mise en œuvre de ces temps forts : faire connaître le projet et, trois ans plus tard, ses résultats et perspectives. De plus, dans l'intervalle, proposer des événements à destination des différents publics cibles identifiés.

Le support est destiné à accompagner les managers de projet et toute personne en charge de l'organisation des événements.

Approche générale

1. L'objectif des événements est de réunir les partenaires du projet, les structures associées, la presse et les publics concernés. Les dates et plages horaires sont à choisir en fonction des disponibilités des partenaires - à vérifier avec soin auparavant : en journée, fin de journée, le week-end ?
Le format doit correspondre à son public et aux personnes clés du déroulé de sa manifestation. Veiller à proposer un panel de dates et de jours varié afin d'éviter par exemple les systématiques indisponibilités pour cause de réunions internes.
2. Le choix du lieu est symbolique et aussi dicté par vos possibilités et celles des partenaires. Il est préférable de se décider rapidement sur ces différentes options : les locaux du projet, ceux d'un laboratoire ou de l'université, un lieu emblématique d'une ville ou encore un espace plus inhabituel. Veiller à anticiper les problématiques en lien avec l'accueil de public (sécurité etc.) en fonction du lieu choisi.
3. Si les événements ont été planifiés et font l'objet d'un budget et d'un livrable, cela constitue une base de travail. Dans le cas contraire, penser à inclure ces événements dans le projet de communication global ou thématique.
4. Ces événements peuvent-ils être mutualisés ? Il est possible de s'associer à un autre projet scientifique Interreg V Rhin Supérieur pour optimiser l'organisation et valoriser les synergies entre projets à thématique similaire ou complémentaire. **Le Pilier Sciences accompagne cette démarche.**
5. Les événements alternent souvent les prises de parole et les présentations. Un temps plus ludique, en association avec des artistes offre une occasion de découverte culturelle et un regard différent sur le projet scientifique. Des idées figurent à la fin de la fiche.



Étapes clefs

1. Rédiger la fiche-projet de l'événement contenant les objectifs, les publics concernés, la date, le lieu, les intervenants et la logistique à prévoir incluant un budget et un calendrier.
→ Pour le budget en lien avec ce matériel et sa conception, se référer aux fiches pratiques 2 « Construction d'un plan de communication » et 3 « L'élaboration d'une liste de prix ».
2. Prévoir le processus de validation du projet d'événement, les contacts à informer en priorité et la préparation des supports de communication, avec un visuel propre à l'événement.
3. Communiquer sur l'événement par étapes depuis le « *Save the date* » jusqu'aux documents de compte-rendu envoyés éventuellement à l'issue de l'événement.
4. Constituer l'équipe présente le jour de l'événement pour un bon déroulement et un accueil convivial.
5. Faire un bilan à l'issue de l'événement.

Check liste

• Avant la manifestation

- La fiche-projet est un document précieux pour faire valider le projet, échanger avec les partenaires et prévoir toutes les étapes pour une bonne organisation.
- Un calendrier réaliste : un événement s'organise parfois un an à l'avance. Deux mois sont à prévoir au minimum. Penser à intégrer les éléments d'actualité dans le planning comme les vacances des deux côtés du Rhin. Le recours à un rétro-planning détaillé peut être utile.
- Des intervenants sont-ils prévus ? Des prises de parole officielles ? Les personnes sont à contacter en priorité en prévoyant leur déplacement et hébergement éventuel ainsi qu'un ordre protocolaire pour les prises de parole officielles. Les présentations *Power Point* ou similaires sont collectées à l'avance, traduites et installées pour la projection.
- Si des flyers, brochures ou d'autres supports de communication, un verre ou un repas sont prévus ; des devis et des bons de commandes sont à demander et à valider. C'est aussi le moment de prévoir une captation vidéo.
- Utiliser un conducteur ? Ce document employé en radio ou en télévision détaille le déroulement d'une émission, notamment à destination des techniciens, mais aussi des représentants institutionnels qui animeront l'événement et qui devront être parfaitement préparés.
→ Le support utile pour un événement, permettant de ne rien oublier, de respecter le programme et de savoir pour chacun quel sera son rôle.
- C'est le moment de poster des informations (annonce, programme, informations pratiques) sur les réseaux sociaux, d'annoncer l'événement, ses modalités d'accès sur le site internet du projet et d'adresser des invitations personnalisées.
- Inscriptions : utiliser les outils numériques à disposition dans son établissement ou d'autres outils en ligne. Bien anticiper les questions à intégrer au formulaire d'inscription (y compris pour les droits à l'image, la participation aux repas etc.).



- **Le Jour J**

- Installer un stand, peu importe le format de la manifestation, en prévoyant des emplacements pour les informations, pour les animations et pour discuter de façon informelle ou rencontrer des journalistes / partenaires plus formellement.
→ Ce stand, situé à l'accueil, permettra, par exemple, de faire émerger les participant·es.
- S'assurer que l'équipe présente a toutes les informations nécessaires pour la journée / le déroulement de la manifestation.
- S'adapter aux publics : professionnel·les, grand public, familles avec enfants, étudiant·es, toutes et tous sont susceptibles de faire preuve de curiosité et d'intérêt pour le projet si un degré d'information et une animation adaptés sont prévus.
- Aller à la rencontre des visiteur·euses pour leur proposer de découvrir le projet et prendre le temps de discuter avec eux. Penser à noter les contacts, les demandes d'informations, par exemple, via une liste sur laquelle pourront s'inscrire les participant·es.
- Se partager les rôles : informer sur le projet, faire une démonstration, assurer une animation ludique, dialoguer avec les visiteur·euses en tant que chercheur·euse, professionnel·le ou membre d'une association.
- Relayer la journée sur les réseaux sociaux, prendre des photos et réaliser des vidéos. S'entourer de professionnel·les si nécessaire (des photos par exemple d'une grande manifestation pourront être réutilisées pendant toute la période du projet).

- **Après la manifestation**

- Remercier les participant·es et les partenaires, diffuser les photos et vidéos choisies de la manifestation.
- Faire le bilan de la manifestation : intérêt et nombre de contacts, type de public rencontré. Faut-il reconduire cet événement ?
- Préparer le livrable correspondant.

Tips et astuces :

Associer un moment artistique et culturel à son événement.

- Pour valoriser le projet sous un angle inattendu
- Pour créer des échanges culturels entre les différents pays participants
- Pour poser une distance (humour, surprise, émotion) qui permet de réfléchir autrement et laisse une trace positive de l'événement

Toutes les disciplines artistiques sont bienvenues : musique, théâtre, littérature, arts plastiques, ...

Choisir une personne professionnelle dans la discipline concernée en mesure de proposer des solutions et des interventions.

- *Think out of the box* : réfléchir à la manière de transformer la problématique la plus embarrassante en atout.