

LES QUATRE RÈGLES D'OR D'UNE ACTIVITÉ DE FINANCEMENT:

1. DOIT RAPPORTER À L'ORGANISME (se servir de la feuille de contrôle budgétaire)
2. NÉCESSITE UNE EXCELLENTE PLANIFICATION
3. NÉCESSITE UN SUIVI RIGOUREUX
4. REMERCIER – REMERCIER

UNE ACTIVITÉ EN SEPT ÉTAPES

1. ÉTABLIR LES BASES DU PROJET
2. CONCEVOIR UN PLAN PRÉLIMINAIRE
3. IMPLANTER L'ÉVÉNEMENT – PRODUCTION ET LOGISTIQUE
4. CRÉER LES ÉLÉMENTS DE COMMUNICATION
5. « PRÉVOIR » LES IMPRÉVUS
6. RÉALISER L'ÉVÉNEMENT
7. ANALYSER L'ENSEMBLE DU PROJET ET RÉDIGER LE BILAN

ÉTAPE 1 - ÉTABLIR LES BASES DU PROJET

1. Former un comité organisateur et désigner une personne responsable
2. Préciser la mission de l'événement
 - a. événement unique ou récurrent, dans un seul endroit
 - b. anniversaire?
 - c. mission première ; remercier, motiver, informer, faire découvrir un produit, réseautage
 - d. vision et attentes des organisateurs
 - e. projet semblable ailleurs
 - f. qui participe au processus de décision?
3. Établir les objectifs
 - a. avoir une idée claire des buts recherchés
 - b. définir le contenu et le format du projet : brunch; soirée dansante; dégustation; spectacle; conférence
 - c. exposition d'artisans locaux; présentation d'entreprises et d'organismes locaux
 - d. tirage de prix (Loto Québec)
 - e. capacité des organisateurs de vendre des billets – constituer une équipe de ventes de billets
 - f. capacité à mobiliser les « troupes » bénévoles
 - g. possibilité de partenariat avec d'autres associations – Âge d'or, Chevaliers, etc.
 - h. comprendre les besoins des participants
 - i. identifier les éléments à communiquer
4. Analyser le public cible
 - a. tranche d'âge, intérêt
 - b. d'où viennent-ils?
 - c. les gens se connaissent-ils?
 - d. accompagnés d'enfants?

ÉTAPE 2 - CONCEVOIR UN PLAN PRÉLIMINAIRE

1. Définir le contenu sommaire et la durée de l'événement
2. Déterminer les besoins principaux
 - a. hébergement
 - b. restauration
 - c. espaces et salles
 - i. salle de banquet, de réunion, de conférence, d'entreposage, d'exposition, quartier général, accueil, vestiaire
3. Déterminer les besoins secondaires
 - a. inscription
 - i. accueil et identification des personnes
 - ii. discours (qui les écrit?)
 - iii. concours, tirage, articles promotionnels
 - iv. location de tables, de kiosque
 - v. affichage
 - b. formation
 - c. divertissement
 - d. éléments techniques et audio-visuels
 - i. éclairage
 - ii. musique
 - iii. photographe
 - e. matériel de communication
 - f. informatique
 - i. ordinateur
 - ii. accès Internet
 - iii. téléphone
 - g. ressources et fournisseurs : personnel spécialisé
 - h. agence de sécurité
4. Choisir la période idéale
 - a. éléments techniques – avoir les infos, les rapports, etc. pour organiser la réunion
 - b. facteurs saisonniers
 - c. le milieu – autres activités concurrentes
 - d. les freins – congés légaux ou scolaires, période de fort achalandage
5. Repérer les sites qui répondent aux besoins
6. Bâtir un échéancier
 - a. les étapes clés ou critiques
 - b. les personnes responsables de leur exécution
 - c. on débute avec la date de l'événement et on recule dans le temps
 - d. selon l'envergure de l'événement, on commence de 2 à 12 mois avant l'événement
7. Établir les revenus et les dépenses pour préparer un budget provisoire
 - a. réaliser un profit
 - b. atteindre le seuil de rentabilité
 - c. réaliser un événement à perte
 - d. établir la liste des subventions et des partenariats potentiels
 - i. Municipalité
 - ii. Caisse populaire
 - iii. Député
 - iv. autres

- e. établir la liste des revenus possibles
 - i. frais d'inscription
 - ii. frais de location de kiosque
 - iii. inscriptions supplémentaires à des activités
 - iv. commandites ou partenariat
 - v. publicité
 - vi. financement ou subvention
 - vii. commissions, ristournes ou redevances
 - viii. ventes d'objets dérivés
 - ix. exploitation de concession
 - x. collectes de fonds
- f. établir la liste des dépenses fixes, variables ou indirectes
 - i. location de salles ou d'espace
 - ii. frais de participation (billets pour croisière ou visite guidée)
 - iii. aménagement des kiosques
 - iv. hébergement
 - v. restauration
 - vi. accueil et inscription
 - vii. conférencier ou animateur
 - viii. activités – photocopies, accessoires
 - ix. animation
 - x. audiovisuel
 - xi. électricité
 - xii. communication, publicité, envois et site Internet
 - xiii. conception graphique
 - xiv. impression et affichage
 - xv. cadeaux, tirages, trophée
 - xvi. informatique et communication
 - xvii. honoraires professionnels et équipements spécialisés
 - xviii. administration (gestion et comité)
 - xix. main d'œuvre et frais de déplacement
 - xx. décor
 - xxi. papeterie et objets promotionnels
 - xxii. transport, entreposage et livraisons
 - xxiii. entretien
 - xxiv. frais divers – assurance, achat s'uniforme
 - xxv. dépenses imprévues – en général 10 à 15 % du budget total
 - xxvi. il est préférable d'arrondir les montants à la dizaine ou la centaine supérieure

ÉTAPE 3 - IMPLANTER L'ÉVÉNEMENT – PRODUCTION ET LOGISTIQUE

1. Pour bâtir le contenu détaillé, se mettre à la place d'un participant et passer en revue le déroulement entier de la réception de l'invitation à la fin de l'événement
2. Visiter et évaluer le site
 - a. revoir les différentes aires
 - b. capacité maximale de la salle
 - c. accès distinct pour les fournisseurs – traiteur, audio-visuel
 - d. accès pour personnes à mobilité réduite
 - e. possibilité d'afficher l'événement
 - f. stationnement
 - g. comptoir d'enregistrement

- h. vestiaire
- 3. Déterminer le style de repas
 - a. à l'assiette
 - b. buffet
 - c. station avec chef
 - d. pause-café
 - e. eau sur les tables
 - f. assignation des tables
 - g. contrôle des entrées
 - h. table d'honneur
 - i. boissons et rafraîchissements – bar ouvert, bar payant, service aux tables, au plateau
- 4. Activités et animations
 - a. objectifs de l'animation
 - b. informer ou divertir
 - c. combien de temps?
 - d. prestations artistiques ou musicales
 - e. contrats avec les artistes
 - f. prévoir un animateur ou un maître de cérémonie
- 5. Côté technique et visuel
 - a. salles – sélection et disposition
 - b. décor et ambiance
 - c. scène
 - d. éclairage et projection
 - e. musique et animation
 - f. menus thématiques
 - g. accessoires – centre de table, vaisselle, plantes
 - h. personnel – habillement, attitude
- 6. Besoins techniques et audiovisuels
 - a. choisir un fournisseur selon les besoins
 - b. micros sur pieds
 - c. micros sans fil
 - d. lutrin
 - e. scène, écran projection
 - f. piste de danse
 - g. électricité et autres besoins spécifiques

ÉTAPE 4 - CRÉER LES ÉLÉMENTS DE COMMUNICATION

- 1. Plan de commandite : Présidence d'honneur; représentation des entreprises locales
- 2. Ententes médias
- 3. Invitation spéciale
- 4. Conférencier
- 5. Conférence de presse
- 6. Annonce de l'événement
 - a. publicité – journaux, télévision
 - b. communiqué de presse, envoi de courriels de masse
 - c. internet et sites
- 7. Invitations et inscriptions
 - a. méthodes d'inscription – à l'avance, sur place
 - b. formulaire papier

Aide-mémoire sur l'organisation d'une activité de financement

8. Contenu de l'invitation
 - a. titre, logo
 - b. date, lieu et horaire d'ouverture
 - c. nom et coordonnées du site hôte adresse complète et numéro de téléphone, adresse courriel
 - d. nom d'une personne -ressource
 - e. brève description
 - f. tarifs
 - g. méthode et formulaire de réservation ou d'inscription
 - h. date limite d'inscription
 - i. espace pour l'identification du participant – nom, prénom, adresse complète et numéros de téléphone et courriel
 - j. politique d'annulation
9. Accueil et identification des participants
 - a. cocarde
 - b. kiosque d'accueil et d'inscription
 - c. préposés à l'accueil
 - d. liste de participants
 - e. horaire de l'événement
 - f. vestiaire
10. Matériel imprimé
 - a. reflète la qualité de l'événement
 - b. le message
 - c. uniformité de tous les documents : logo, police, graphisme
 - d. uniformité grammaticale
 - e. phrases positives, énoncés courts et non répétitifs
11. Les partenaires financiers (commanditaires)
 - a. source de revenus
 1. l'entreprise
 2. le politique
 3. le mécène
 4. l'association jumelle ou partenaire ad hoc
 - b. si l'activité est récurrente, on sollicite simplement les entreprises des années précédentes
 - c. pour une première édition, trouver les points de comparaison entre les entreprises potentielles et l'événement
 - déterminer le positionnement – cause sociale, divertissement
 - plan de commandite détaillant l'événement – date, endroit, horaire, nombre et profil des participants, membre du comité organisateur, visibilité offertes, montant demandé
 - différents paliers de commandites :
 1. premier palier : principal, présidence d'honneur, en général associé au nom de l'événement
 2. deuxième et troisième paliers – partenaires majeurs ou mineurs
 3. quatrième palier –
 - a. repas, rafraîchissement,
 - b. partenaires de produits et de services (animation, cadeaux, graphisme, son et lumières)
 - c. partenaires des médias

- Assurances
- Kiosque d'objets ou d'enfants perdus
- Liste des numéros de téléphone d'urgences
- Liste du matériel « à ne pas oublier » ou trousse de survie
- Livraisons – modalités – avoir une liste de tout ce qui doit être livré
- Personne à mobilité réduite – nécessité d'équipement spécial
- Poubelles et entretien
- Salles de bain et toilettes mobiles
- Service de sécurité requis
- Si l'événement est en plein air, avoir un plan B
- Système de communication de l'équipe
- Urgences médicales et station de premiers soins

ÉTAPE 6 - RÉALISER L'ÉVÉNEMENT

ÉTAPE 7 - ANALYSER L'ENSEMBLE DU PROJET ET RÉDIGER LE BILAN

1. Revoir les objectifs et les résultats obtenus
2. Revoir les résultats financiers – respect du budget provisoire : perte? profit?
3. Tirer les conclusions

QUELQUES REMARQUES - Un événement éco responsable?

Caméras numériques
Économiser l'énergie
Éviter d'imprimer les courriels
Favoriser l'achat de produits locaux
Favoriser l'utilisation de produits recyclés
Méthodes de travail écologiques – échange d'information par voie électronique
Récupérer, recycler et composter
Réduire la quantité des déchets produits
Tableaux blancs avec marqueurs effaçables