

L'événementiel et les prestataires

Table des matières

I. Différents prestataires événementiels	3
A. Typologies de prestataires	4
B. Pour aller plus loin	5
C. Focus sur les agences et freelances	7
D. Dimension écoresponsable	8
II. Exercice : Quiz	9
III. Identification, relation, évaluation	10
A. Comment trouver ses prestataires ?	10
B. Gestion de la relation et gestion de projet	12
C. Evaluer les prestations	13
IV. Exercice : Quiz	14
V. Cas pratique : organisation du Blend Web Mix	15
A. Présentation et besoins de l'événement	15
B. Sélection des prestataires	16
C. Évaluation des prestataires	17
VI. Exercice : Quiz	18
VII. Essentiel	18
VIII. Test	19
Solutions des exercices	19

I. Différents prestataires événementiels

Contexte

L'événement est un moyen de communication **ciblé** et de **proximité**. Il prend vie par une date (choisie en fonction du public visé et de l'activité souhaitée), un lieu (en intérieur, en extérieur) et par un contenu (événement culturel, sportif, avec une tête d'affiche ?). Pour sa bonne réalisation et pour son bon déroulement le jour-j, il nécessite :

- Des moyens humains
- Des moyens financiers
- De répondre à des besoins en logistique

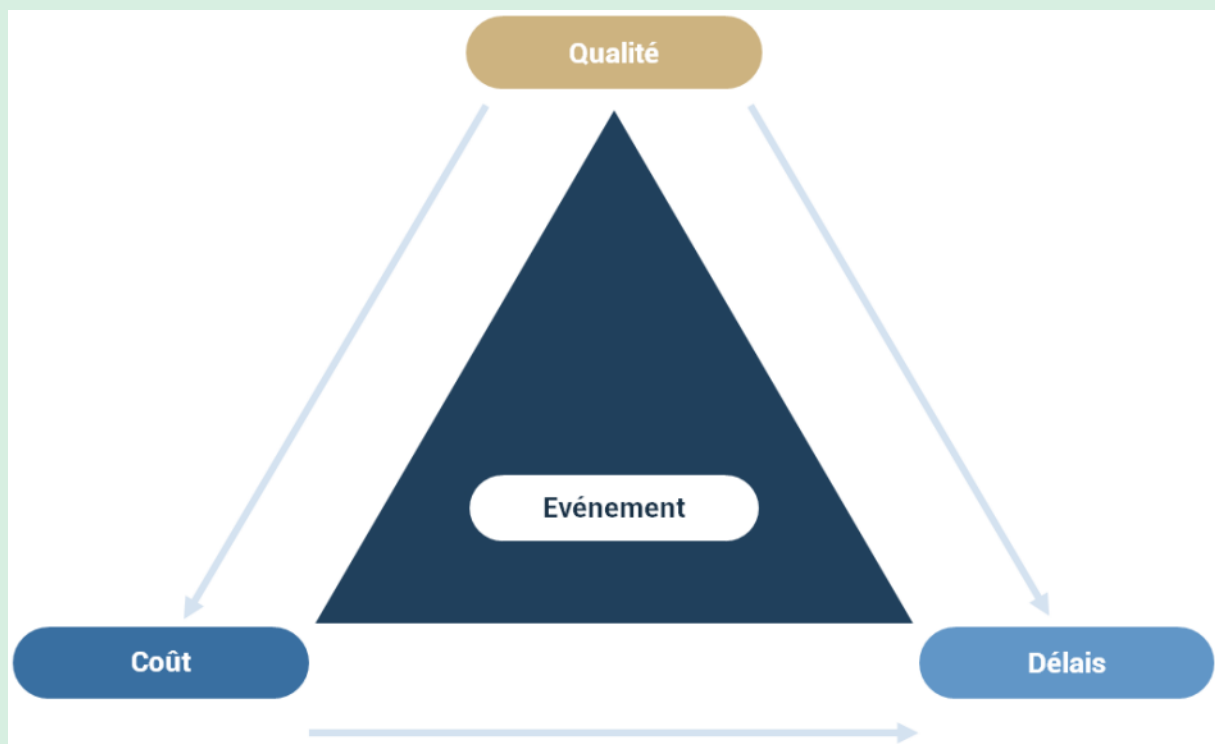
Dans le secteur événementiel, nous répondons à ces besoins par la **prestation de services**, car un organisateur ne peut disposer de toutes ces ressources et n'est pas spécialisé ! Son rôle est de trouver, contractualiser et coordonner les prestations à mettre en place pour une manifestation. C'est pourquoi il faut considérer les prestataires de services comme **pilliers de l'organisation d'un événement**.

La mise en œuvre de nombreuses prestations peut toutefois présenter certaines contraintes :

- Temps limité pour le montage, le démontage de l'événement ou la promotion,
- Besoins logistiques très spécifiques (décoration, matériaux difficiles à trouver, cuisine traiteur spécifique),
- Risques : accidents, financiers, image de marque,
- Qualité de la prestation, des produits et services proposés.

Le cahier des charges doit être rédigé de manière que toutes les parties (comité d'organisation et prestataires) puissent étudier et valider la faisabilité de l'événement, en fonction des moyens et ressources respectifs à disposition. Le principal rôle du chef de projet est de gérer ces acteurs, de piloter l'organisation de l'événement et de veiller à la bonne intégration de chaque prestataire dans le circuit organisationnel.

Les prestataires de services événementiels sont soumis au triangle coût, qualité, délais :



En fonction de l'événement, le chef de projet doit se poser plusieurs questions afin de sélectionner les différents prestataires :

- Quel niveau de qualité dois-je viser ?
- Quel « pouvoir » ai-je sur mes fournisseurs et prestataires ?
- Quelle marge de négociation puis-je avoir ?
- Quelles sont les forces et faiblesses que je dois étudier ?

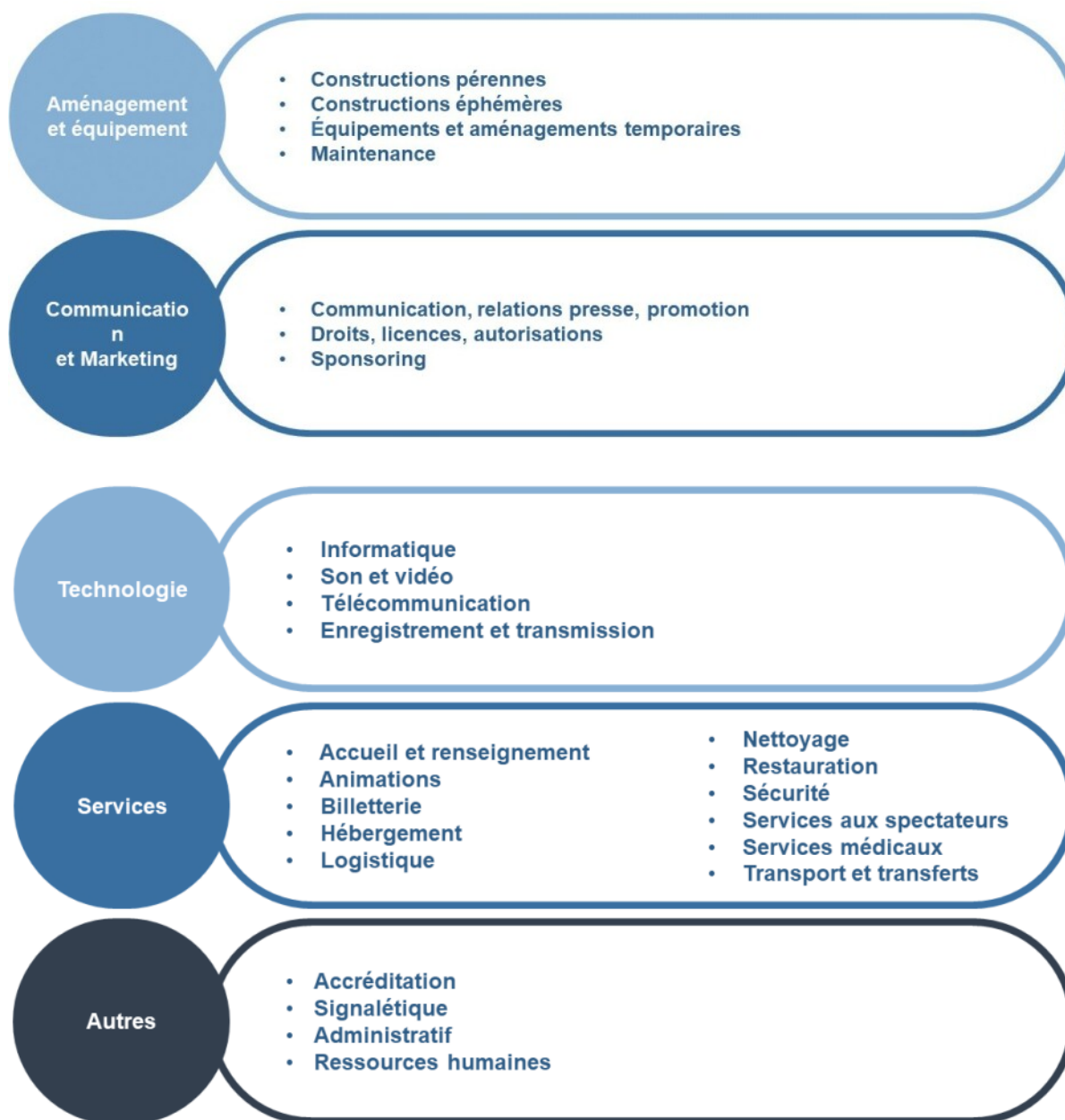
FORCES	FAIBLESSES
Equipe organisateur	Prix des prestations
Localisation	Manque réactivité
Réseau de fournisseurs et prestataires	Localisation
Recommandations	Expérience
Expérience	Manque réactivité
	Trop de sous-traitants
	Vieux matériel

A. Typologies de prestataires

Selon l'ANAE (association des agences de communication événementielle), il existe quatre grands types d'événements :

« <i>Tout public</i> »	« <i>Publics ciblés</i> »
Anniversaires, soirées, inaugurations, JPO d'entreprises, etc.	Conférences, AG, congrès, colloques, symposiums, expositions, salons, etc.
« <i>Publics internes</i> »	« <i>Grand public</i> »
Conventions d'entreprise, séminaires, incentives, voyages, etc.	Événements historiques, culturels ou sportifs, animations commerciales, tournées promotionnelles, etc.

Selon ces types d'événements, des prestations peuvent être nécessaires à mettre en place. Voici les grandes typologies de prestations généralement recherchées pour la mise en place d'un événement :



B. Pour aller plus loin

Par catégories de prestations, voici quelques exemples concrets pour illustrer les types de services que l'on retrouve dans tous types d'événements :

Aménagement et équipement

- Estrades pour événement sportif ou culturel,
- Équipements sportifs (matériel de sport),
- Équipements pour spectacle (décors, costumes, scène, son, lumière),
- Équipements pour soirée dansante (son, lumière, estrade, mobilier),
- Équipements techniques (son, audiovisuel, diffusion, affichage),

- Équipements de restauration (tables, chaises, buffets, bars),
- Aménagement pour festival (tentes, tables, chaises, sanitaires),
- Matériel et aménagement de conférence (banque d'accueil, places assises, banque de restauration, etc.),
- Location de matériel technique (écrans, tablettes, matériel de son et vidéo, etc.),
- Construction complexe sportif pour jeux olympiques (construction pérenne)
- Maintenance jardinage et entretiens divers.

Communication et marketing

- Agence spécialisée relations presse,
- Agence spécialisée organisation d'événement,
- Agence spécialisée team building,
- Agence spécialisée audiovisuel,
- Agence spécialisée web et développement,
- Agence publicitaire,
- Radio, télévision, médias,
- Agence de design,
- Graphistes et directeurs artistiques,
- Autorisations préfecture et collectivités (pour du street marketing par exemple),
- SACEM (droit diffusion musique),
- Sponsor équipements (par exemple matériel sportif),
- Sponsor restauration (boissons ou nourriture),
- Sponsor décoration et mobiliers,
- Sponsor objets et publicité (par exemple dons de lots pour tombola).

Technologie

- Technicien informatique (installation d'un parc informatique),
- Photographe,
- Vidéaste,
- DJ,
- Opérateurs télécom (installation temporaire de distribution internet haut débit),
- Captation vidéo et live,
- Retransmission vidéo,
- Technicien son et vidéo,
- Technicien électrique.

Services

- Hôtes et hôtesse d'accueil,
- Hôtes et hôtesse de distribution,
- Animations culturelles,
- Animations sportives,
- Animations de jeux divers,
- Animations artistiques (chant, danse, théâtre),

- Animations culinaires,
- Animations photos et vidéos (location d'un photobooth),
- Service de billetterie (physique ou en ligne),
- Hébergement hôtelier,
- Hébergement camping,
- Locations privées (AirBnb),
- Hébergement auberges et maisons d'hôte,
- Logistique (livraison, installation, manutention),
- Catering,
- Traiteur,
- Prestataire boissons (création et service de cocktails),
- Sécurité accessibilité,
- Sécurité sanitaire,
- Sécurité et assistance médicale,
- Transfert en taxi, bus ou minibus,
- Transport routier, aérien, ferroviaire.

Autres

- Accréditation pour journalistes,
- Dispositifs de signalétique (matériel, clean tag),
- Assurance organisateur,
- Responsabilité civile professionnelle.

C. Focus sur les agences et freelances

Les agences et chefs de projets événementiels indépendants (freelances) entrent-ils dans la catégorie des prestataires ? C'est bien le cas, pour la simple et bonne raison qu'en tant qu'organisateur, vous leur sous-traitez une partie ou la totalité de la mise en œuvre de l'événement. C'est alors bel et bien de la prestation de services. Vous pouvez confier l'organisation ou la promotion (ou les deux) à une seule ou à plusieurs agences et indépendants.

Les agences et indépendants les plus souvent sollicités sont spécialisés en communication, organisation d'événement, relations presse et publiques et dans le digital (web, développement). Ces prestataires vont globalement gérer un ou plusieurs aspects du projet :

- Gestion de projet globale,
- Logistique et organisation,
- Promotion,
- Coordination le jour-j.

Qu'attendre de votre prestataire le Jour-J ?

- Disponibilité et réactivité,
- Maîtrise absolue du déroulé de l'événement, des autres prestataires, de l'accueil,
- Gestion des risques et éventuels conflits,
- Suivi des différentes étapes de montage et de démontage,
- Gestion du timing,
- En soutien et appui constant.

Le freelance

Ce prestataire, qui n'est autre qu'un chef de projet événementiel indépendant, propose un fonctionnement identique à l'agence. Seul ou accompagné par d'autres prestataires spécialisés (indépendants ou non), le freelance est généralement moins cher qu'une agence, car son TJM (taux journalier moyen) comporte moins de charges.

Le freelance peut également intégrer l'équipe de l'agence. En effet, les agences spécialisées recrutent souvent des prestataires indépendants pour compléter leurs équipes, venant en appui sur un ou plusieurs projets, quand la charge générale de travail se fait lourde. Dans ce cas, le freelance facture ses prestations à l'agence, qui facture au client final. Cela fait toujours partie d'un accord préalablement discuté entre les trois parties.

D. Dimension écoresponsable

Pourquoi rechercher des prestataires qui proposent une démarche écologique et des produits ou matériaux éco-conçus ? Car une manifestation a un impact (négatif) sur l'environnement : forte consommation de papier et d'énergie, transports qui favorisent la pollution, nombreux déchets, matériaux non recyclables, etc.

Afin de pallier ce type d'impact, il est nécessaire que tous les acteurs de l'événementiel (dont les clients) en prennent conscience et intègrent automatiquement des solutions écoresponsables dans leurs offres de services.

Pour les prestataires événementiels, proposer des services soucieux de l'écologie et respectueux de l'environnement est un **avantage concurrentiel**, et propose de fortes valeurs d'engagement et de crédibilité.

Intégrer les exigences environnementales dès la préparation

Les transports :

- Prioriser les transports en commun, le covoiturage, le vélo,
- Bien indiquer l'accessibilité ainsi que ces moyens préconisés sur les supports de communication de l'événement,
- Mettre en place des navettes → solliciter un prestataire,
- Pass transports en commun pendant la manifestation → solliciter l'entreprise de transports en commun pour un partenariat, du sponsoring,
- Livraisons : sélectionner des prestataires favorisant des modes de déplacement doux (comme le vélo).

L'hébergement :

- Sélectionner un prestataire au plus proche du lieu de la manifestation,
- Labellisé environnement si possible.

Lieux d'accueil :

- Sélectionner un prestataire à la démarche volontaire HQE (Haute Qualité Environnementale),
- Eco-construction et éco-gestion,
- Accès PMR (personnes à mobilité réduite) et accessibilité favorisée pour autres handicaps,
- Gestion des déchets (collecte de tri).

Restauration :

- Sélectionner un prestataire en gestion directe,
- Producteurs locaux et de saison,
- Produits bio,
- Commerce équitable,
- Gestion des quantités,
- Recyclage des déchets organiques,
- Vaisselle réutilisable ou compostable.

Matériaux divers :

- Eco-conçus,
- Logistique optimisée,
- Durée de vie optimisée,
- Intégration du cycle de vie des matériaux,
- Matériaux biodégradables,
- Emballages recyclables.

Communication :

- Digitaliser au maximum les supports et outils,
- Prestataire capable de bien évaluer les quantités,
- Sélectionner des prestataires « *imprim'vert* » pour l'impression de supports.

Exercice : Quiz

Question 1

Le prestataire événementiel est une société extérieure au comité d'organisation qui livre une prestation pour la mise en place ou l'animation de l'événement.

- Vrai
- Faux

Question 2

Une agence de communication événementielle est un prestataire.

- Vrai
- Faux

Question 3

L'organisateur doit anticiper tous les services et prestations nécessaires à la mise en œuvre de l'événement.

- Vrai
- Faux

Question 4

Les agences et les freelances peuvent collaborer pour le compte d'un client.

- Vrai
- Faux

Question 5

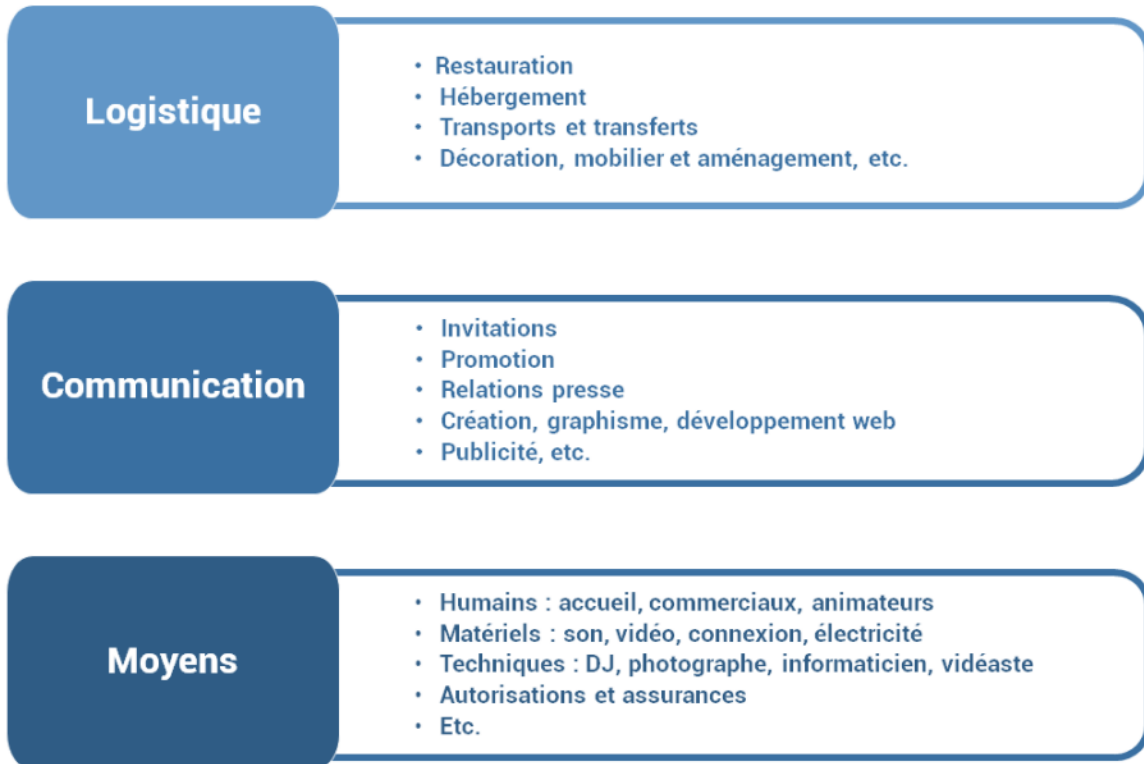
La dimension écologique de l'événement est à prévoir par l'organisateur, les prestataires ne peuvent proposer des solutions qu'après demande du client.

- Vrai
- Faux

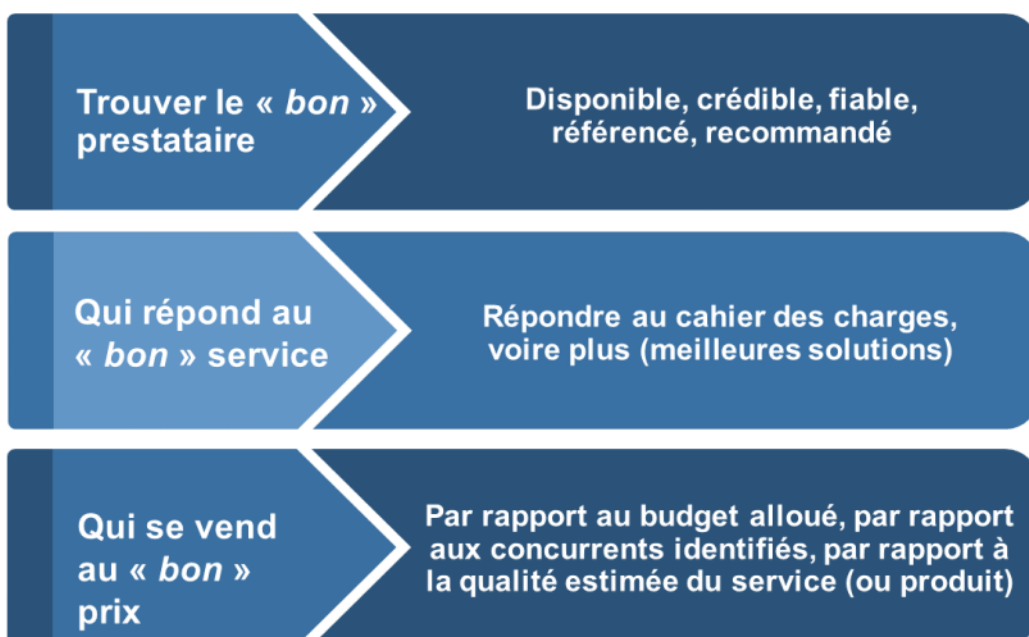
III. Identification, relation, évaluation

A. Comment trouver ses prestataires ?

Le point de départ est identique pour toutes les étapes de mise en œuvre d'un événement : il s'agit de partir des besoins et de les lister, afin d'avoir une première vue d'ensemble.



Ensuite, il est question de définir comment acheter des prestations et les négocier auprès de leurs fournisseurs respectifs :



Généralement, on ne sélectionne pas le « *premier venu* ». Suivant la prestation attendue, il est primordial de procéder à un benchmarking (même pour ne mettre en concurrence que deux ou trois prestataires) afin d'étudier **la disponibilité, le rapport qualité/prix, le relationnel. Ensuite, il faut préparer le premier échange (sous forme de rendez-vous téléphonique ou en présentiel)**. Afin de préparer l'entretien avec le fournisseur, il est question de connaître :

L'interlocuteur	Ses objectifs	Le seuil de la négociation
<ul style="list-style-type: none"> • Quelle est sa maîtrise et son expertise, • Quel est son pouvoir de décision. 	<ul style="list-style-type: none"> • Quelle est sa marge, • Quelles sont ses solutions de repli. 	<ul style="list-style-type: none"> • Quelles sont les conditions acceptables, • Quelle est la marge de manœuvre.

Comment n'oublier aucune prestation nécessaire à la mise en œuvre de l'événement ?

Faire appel au bon sens	Faire appel à des outils
<ul style="list-style-type: none"> • Aller sur d'autres événements et benchmarker des idées, • Etudier les éditions précédentes de l'événement (si lieu), • Echanger avec les prestataires, • Echanger avec d'autres interlocuteurs . 	<ul style="list-style-type: none"> • S'aider de différentes matrices méthodologiques (PBS, 5M d'Ishikawa, matrice de Kano), • Dresser la liste des besoins selon la pyramide de Maslow.

Méthode

PBS : de l'anglais « *Product Breakdown Structure* » cette matrice sert de structure de décomposition de projet. L'idée est de partir d'une idée générale et d'en découler tous les éléments.

5M d'Ishikawa : il s'agit du diagramme de causes et effets qui présente 5M pour « *matière* », « *milieu* », « *méthodes* », « *matériaux* » et « *main-d'œuvre* »

Matrice de Kano : cette matrice, ou diagramme, évalue la satisfaction client en fonction de 3 niveaux d'attentes (attentes de base, proportionnelles ou attractives).

Répondre aux besoins humains selon la pyramide de Maslow



Comment trouver des prestataires (coordonnées) ?

- Pour les lieux événementiels, vous pouvez utiliser l'outil Bedouk,
- Pour les agences, vous pouvez utiliser les annuaires comme Intermedia.

Autres outils :

- Google (référencement)
- Réseau
- Bouche à oreille
- Plateformes spécialisées

B. Gestion de la relation et gestion de projet

Fondamental

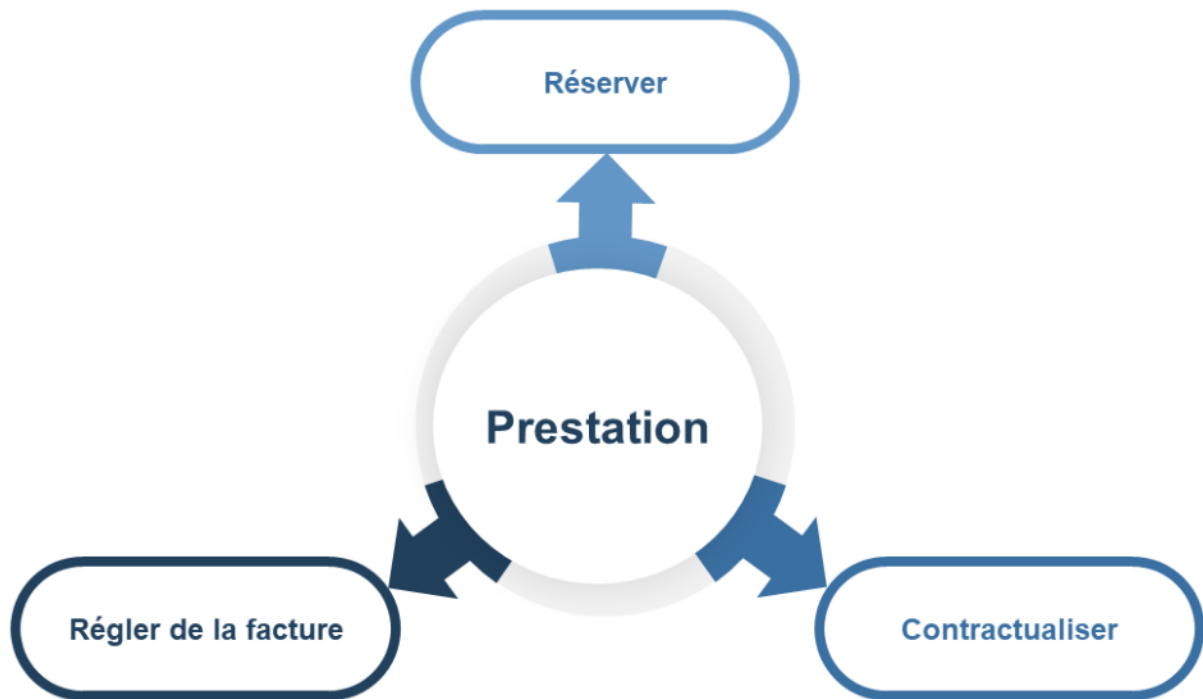
Les clés de succès d'une bonne préparation à la relation avec les prestataires :

- Un cahier des charges clair et complet,
- Niveau de qualité attendue des différents services (hébergement, restauration, etc.),
- Circuit de validation des choix.

Préparer la relation avec les prestataires et fournisseurs : il est important de tout savoir (ou presque) d'eux, afin d'anticiper les situations, de mieux gérer la relation et la négociation, et de créer une relation de confiance entre les deux parties. Pour tout savoir, que dois-je savoir ?

L'interlocuteur	Pouvoirs et compétences, contexte interne, ambitions
L'entreprise	Culture, contexte économique, cible du produit ou service, critères de décision, délais
Le projet	Objectifs, cahier des charges, contraintes, attentes
La concurrence	Position sur le marché, références, forces et faiblesses
L'organisateur	Points forts et points faibles, enjeux de la vente, comportements en situation de stress ou d'urgence

Comment convenir et assurer la prestation ?



- **Réserver** : un transport, un lieu, un hébergement, un traiteur, à une date et un tarif précis ! Par pose d'option (pour laquelle il faut répondre à une date imposée par le fournisseur) ou par validation directe (écrite, par email).
- **Contractualiser** : rédiger en fonction des conditions de chaque partie et Conditions Générales de Vente du prestataire. Certains éléments du contrat (dates de prestation, livrables attendus, prix) doivent être négociés au préalable.
- **Facturation** : les conditions de règlement doivent être annoncées en toute transparence et respectées par le client. Généralement, il faut procéder au règlement d'un acompte de la prestation pour la valider, et régler le solde en fonction des conditions (à réception, à 30 jours, à 45 jours). Afin d'assurer une relation transparente et saine jusqu'au bout, si le client rencontre des difficultés de trésorerie, mieux vaut prévenir !

C. Evaluer les prestations

Apprendre à évaluer les prestations, ou à anticiper une réponse qualitative à certains critères, pour choisir le bon prestataire au bon prix ! Pour cela, deux grilles d'évaluation peuvent s'avérer utiles pour vous aider dans votre choix :

Grille d'analyse multicritères (exemple)

Critères	Importance /3	Fournisseur 1 /5	Fournisseur 2 /5	Fournisseur 3 /5
Réponse aux besoins	3	3	4	5
Prix	3	5	4	3
Relation commerciale	2	2	3	3
Autre critère				
Total		28	30	30

Grille de satisfaction fournisseurs : l'objectif est d'obtenir un score en pourcentage, pour chaque fournisseur évalué. Nous partons du principe que si le score obtenu est inférieur à 65 %, il faut changer de fournisseur sans se poser de question. Si un même score oppose plusieurs fournisseurs, sélectionnez celui qui a le score le plus élevé en fonction du critère le plus important pour vous. Sinon, poursuivez vos collaborations avec des fournisseurs dépassant les 65 % !

Critère évalué	%	Satisfaction ?
Qualité des produits ou services proposés	30	
Respect des deadlines et livrables	15	
Absence de non-conformités	10	
Solutions apportées aux problèmes et plaintes	10	
Réactivité et disponibilité	10	
Respect des règlements applicables	10	
Qualité de la relation client	5	
Efficacité de la mise en place des dispositifs	5	
Qualité des informations et des documents fournis	5	

Exercice : Quiz

Question 1

Un bon prestataire est un prestataire qui répond au téléphone ou aux emails.

- Vrai
- Faux

Question 2

Un prestataire peut se trouver sur Google, sur les réseaux sociaux, dans un annuaire spécialisé.

- Vrai
- Faux

Question 3

Le prix est le principal critère à évaluer.

- Vrai
- Faux

Question 4

Le rapport qualité/prix du produit ou service, ainsi que la qualité de la relation client sont des critères importants dans la sélection ou évaluation d'un fournisseur.

- Vrai
- Faux

Question 5

Les fournisseurs sont à votre entière disposition et doivent s'aligner à votre prix.

- Vrai
- Faux

V. Cas pratique : organisation du Blend Web Mix

A. Présentation et besoins de l'événement

Le Blend Web Mix est une conférence axée sur les nouveaux métiers, les nouveaux usages et les nouvelles technologies du web. Cet événement se déroule sur deux jours et propose une programmation riche et dense, composée principalement de conférences et d'ateliers. En quelques chiffres, le Blend Web Mix, c'est :

- 2 jours d'événement (de 9 h à 19 h),
- 2 000 participants (sur les deux journées),
- 3 thèmes : Business, Design, Tech,
- 100 speakers, intervenants, conférenciers,
- 50 animations sur le village partenaire de l'événement (dont des temps de networking).

L'événement est organisé au Centre des Congrès de Lyon, par une équipe composée principalement de bénévoles, spécialisés dans l'événementiel et la communication, la logistique et technique, le marketing, le networking, etc. La baseline de l'événement est : « *les deux jours les plus web de l'année !* ».

Analysons l'événement :

- **Durée de l'événement :** le Blend Web Mix accueille les participants sur 2 journées et sur une amplitude horaire conséquente. Cela sous-entend des besoins en restauration, d'un lieu disponible plusieurs jours (prévoir le montage et le démontage des aménagements et équipements), accessible, agréable et confortable,
- **Nombre de participants :** cela implique directement un fort besoin en personnel d'accueil et de sécurité, d'un lieu suffisamment grand pour permettre une circulation fluide, des services complémentaires favorisant l'autonomie des participants, une programmation suffisamment remplie pour « occuper » les participants,
- **Thèmes, conférences, ateliers :** le lieu doit pouvoir proposer de nombreuses salles équipées pour recevoir des groupes comptant 300 comme 20 personnes, il faut recruter des animateurs et conférenciers, leur mettre à disposition des équipements et du matériel,
- **Village partenaire :** cœur de l'événement, il s'agit de l'endroit où tout le monde passera au moins une fois. Il doit être équipé, aménagé, animé, surveillé.

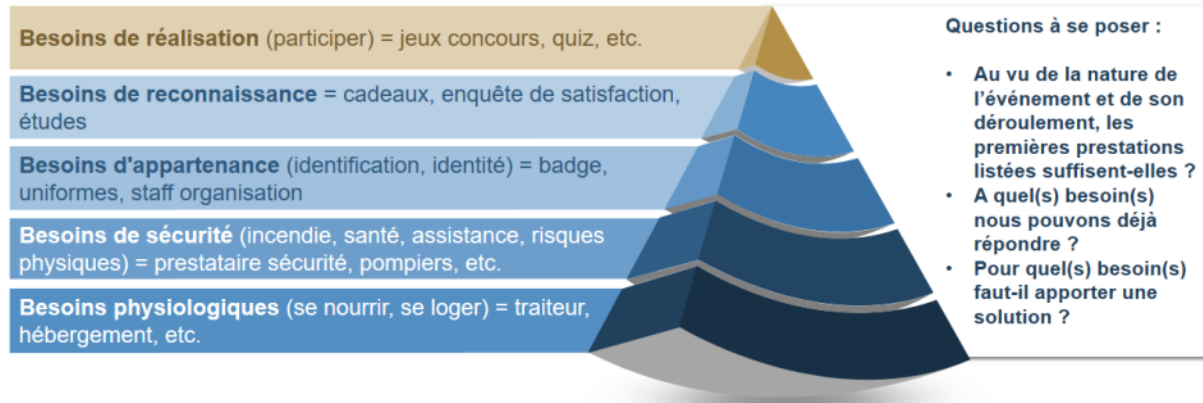
Nous pouvons d'ores et déjà détecter plusieurs prestations à mettre en place :

- Restauration,
- Support technique (électricité, internet) et logistique (montage et démontage),
- Accueil,
- Sécurité,
- Communication (réseaux sociaux, photo, vidéos, impressions, site internet, programmation),
- Matériel de décoration, de signalétique, équipements de confort, stands,
- Ressources humaines : conférenciers et animateurs,

- Equipements d'accueil, d'hygiène et de sécurité,
- Service de nettoyage.

B. Sélection des prestataires

Reprenons la pyramide de Maslow pour faire le point :



À première vue, il faut tout d'abord sélectionner le lieu de l'événement, en fonction :

- De sa disponibilité,
- De sa capacité,
- Des services annexes compris ou proposés,
- De son prix,
- De son accessibilité.

Le centre des congrès de Lyon a été sélectionné car il remplit toutes les conditions nécessaires à la mise en œuvre de l'événement. Il comprend :

- Plusieurs niveaux de parking,
- Proche des transports en commun,
- Services sanitaires (WC),
- Accès PMR,
- Dispositifs d'affichage et de signalétique,
- Plusieurs salles de conférences et auditoriums équipés du matériel audiovisuel,
- Equipements d'accueil (banques d'accueil, écrans, bornes de files d'attente),
- Equipe de sécurité équipée,
- Espace traiteur avec loge de stockage,
- Electricité et connexion internet (en option),
- Support logistique montage/démontage (en option),
- Service de nettoyage (en option),
- Le lieu est assuré et en règle en matière de mesures de sécurité, d'incendie.

Force est de constater que de nombreuses prestations sont déjà prévues !

Pour la suite, reprenons besoin par besoin :

- **Physiologie** : se nourrir. Un traiteur doit prendre en charge la partie restauration pour 2 petit-déjeuners, 2 déjeuners, 2 cocktails apéritifs. L'organisateur choisira un prestataire disponible à ces dates, pouvant servir la quantité nécessaire. Ce prestataire met à disposition l'équipement nécessaire, le nombre de serveurs nécessaires, et prend en charge le propre montage et démontage de son espace. Dans un souci écologique et pour satisfaire tous les participants, les produits sont locaux, la vaisselle est recyclable, il y a du choix dans le menu (végétarien, sans gluten) et le prestataire s'engage à gérer au mieux les quantités pour réduire les déchets et éviter le gâchis.
- **Appartenance** : chaque participant doit venir muni de son badge, pour être identifié. Le staff organisation/support technique/bénévoles/accueil/sécurité est identifiable grâce à des T-shirts. La programmation, la promotion, la communication (même le jour-j) ainsi que l'enquête de satisfaction à la suite de l'événement est gérée par le comité organisateur. Ce comité se charge également de la mise en place du village de l'événement et du recrutement des partenaires qui animeront celui-ci. Chaque partenaire doit s'équiper lui-même de son stand.
- **Réalisation** : pour répondre à ce besoin, le comité organisateur doit mobiliser plusieurs ressources et faire donc appel à différentes prestations :
 - **Matériel technique** comme un mur d'écrans pour diffuser en live tous les tweets liés à l'événement → cette prestation est assurée par une marque d'équipements audiovisuels, sous forme de sponsoring.
 - **Mobilier et décoration** mis à disposition par des partenaires de l'événement.
 - **Des imprimeurs** ont été sollicités pour l'impression de divers supports print (programmes, flyers, kakémono, signalétique géante).
 - **Une équipe de développeurs d'application** a été engagée pour proposer aux participants l'application « Swapcard », qui propose à l'utilisateur d'enregistrer son profil, avoir accès aux profils d'autres participants, avoir accès au programme et recevoir des notifications liées à l'événement.

Les prestataires ont été sélectionnés :

- Grâce à des collaborations passées (certains d'entre eux sont fournisseurs attirés de tel produit ou service pour l'événement),
- Grâce au réseau ou à des recommandations,
- Grâce à une mise en relation préalable (comme de la prospection commerciale).

C. Évaluation des prestataires

Deux méthodes ont été mises en place pour évaluer les différentes prestations proposées sur l'événement :

1. Grille interne, remplie par le comité organisateur, afin de « juger » chaque prestation selon le rapport qualité/prix, la disponibilité, la qualité de la relation.
2. Grâce aux différents feedbacks des participants qui ont répondu à l'enquête de satisfaction après l'événement.

À savoir que généralement, les participants se concentrent d'avantage sur :

- La restauration : qualité et quantité de la nourriture
- La connexion internet : débit suffisant ?
- L'ambiance de l'événement
- La qualité des contenus et de la programmation

Admettons que sur 600 feedbacks, 54 % estiment que les quantités liées à la restauration étaient insuffisantes, le traiteur ne sera pas le même pour l'édition suivante !

Exercice : Quiz

Question 1

Un prestataire peut fournir ou proposer (en supplément de la prestation initiale) plusieurs services.

- Vrai
- Faux

Question 2

Il est nécessaire d'apporter plusieurs solutions à chaque besoin essentiel.

- Vrai
- Faux

Question 3

Au vu de la durée et de la fréquentation de l'événement, les prestations de sécurité sont primordiales, et leur évaluation minutieuse.

- Vrai
- Faux

Question 4

Il est intéressant de changer régulièrement de prestataire.

- Vrai
- Faux

Question 5

Récolter les avis des participants peut être très efficace dans l'évaluation globale de chaque prestataire.

- Vrai
- Faux

VII. Essentiel

De nombreux postes liés à l'organisation et à la mise en œuvre d'un événement nécessitent une sous-traitance auprès de professionnels externes et, de préférence, **spécialisés en événementiel**. Le plus souvent, les organisateurs ont besoin de faire appel à des prestataires en **régie**, en **audiovisuel**, en **restauration**, ou encore pour **l'accueil** et **l'hébergement**. D'autres prestations comme l'impression, la décoration et les aménagements ou encore la billetterie sont souvent recherchés.

La première étape dans la recherche de prestataires consiste à rédiger un **cahier des charges** (ou brief) du projet, mettant en avant les besoins et les ressources à disposition, en apportant les meilleurs détails possibles. Outre la date et la durée de l'événement, il sera essentiel pour de nombreux prestataires de **connaître le lieu d'accueil** de la manifestation. C'est pourquoi il s'agit du premier devis à valider !

De nombreux **outils et plateformes** existent sur internet pour mettre en relation les entreprises et les prestataires. Une première sélection peut être faite via ces plateformes et peut être complétée par les sociétés les mieux référencées sur le moteur de recherche **Google**. Vous pouvez également solliciter votre **réseau** et recueillir des *recommandations*, ou encore publier un **appel d'offre**.

Il est attendu des prestataires d'être :

- Disponible
- Réactif
- Adaptable
- Soucieux d'une qualité de relation
- D'apporter une solution au plus proche du besoin présenté dans le cahier des charges

Quand il est question de faire un choix entre plusieurs devis, pour la même prestation, le **feeling** rentre en jeu. Mais d'autres critères comme la **réponse au besoin**, le rapport **qualité/prix** ainsi que les **références** du fournisseur sont importants à prendre en compte.

Une fois l'événement passé, il est primordial de **dresser un bilan des prestations** de services qui ont été sélectionnées. Pour être au plus proche de la réalité, il est intéressant de **récolter l'avis des participants**. Rester ouvert aux offres sur le marché permettra également d'améliorer la prochaine édition de l'événement et d'appréhender sereinement les étapes de recherche et de sélection des différents prestataires.

VIII. Test

Exercice 1

[solution n°1 p.21]

Mettre dans l'ordre les étapes de la mise en place d'une prestation événementielle.

1. Cahier des charges de l'événement (besoins en prestations)
2. Validation des devis
3. Identification des besoins liés à l'événement
4. Évaluation des prestataires
5. Mise en place des prestations
6. Recherche de prestataires (lieu d'accueil en priorité)

Réponse : _____

Solutions des exercices

Exercice p. 19 Solution n°1

Mettre dans l'ordre les étapes de la mise en place d'une prestation événementielle.

Identification des besoins liés à l'événement

Cahier des charges de l'événement (besoins en prestations)

Recherche de prestataires (lieu d'accueil en priorité)

Validation des devis

Mise en place des prestations

Évaluation des prestataires

