



Brigitte Celeyron Événements

FICHE PRATIQUE BCE

Organisation d'Événements

L'importance du brief

Avant de débiter l'organisation d'un événement, il est **important et indispensable** d'établir un cahier des charges précis.

Que vous soyez un professionnel ou un particulier, si vous souhaitez faire un appel d'offre auprès d'une ou plusieurs agences pour l'organisation de votre événement, il faudra alors rédiger un cahier des charges le plus détaillé possible afin de briefer les agences consultées en leur indiquant toutes les informations utiles à la réalisation de votre projet.

Si ce n'est pas le cas, alors ce sera à l'agence de prendre le temps de vous poser les questions idoines de manière à répondre au mieux à votre demande et comprendre vos besoins pour mener à bien votre projet événementiel.

C'est une étape qui me paraît essentielle, qui souvent est négligée, car faite rapidement et uniquement en quelques lignes. Si le cahier des charges est préparé et détaillé en amont, alors vous serez en mesure de communiquer convenablement vos attentes et besoins à l'agence lors du brief.

Cette étape est également valable pour briefer correctement l'ensemble des prestataires qui interviendront pour l'organisation de l'événement. Charge à l'agence de l'assurer correctement auprès des divers intervenants.

Je considère que la meilleure agence ou le meilleur prestataire mal briefé, risque de ne pas donner entière satisfaction au client !

La prise de Brief par l'Agence est donc un élément clés de la réussite d'un événement pour comprendre et définir avec son client les différents points qui assureront le succès de l'événement !

Les différents éléments que doit contenir un brief pour une agence événementielle :

1. Type d'événement

- Quel format ? convention, séminaire, anniversaire, soirée de prestige, événement confidentiel...
- Quelle sera sa durée ?
- Y a-t-il un thème à suivre ?
- Dans quel contexte se déroulera l'événement ?

2. Présentation de l'entreprise

- Quel est le domaine d'activité de l'entreprise, ses valeurs, son fonctionnement interne, son histoire ?

3. Objectif de l'événement (un des points les plus importants car c'est ce qui motive la création de votre projet)

- Pour quelles raisons organiser cet événement ?
- Y a-t-il un message particulier à faire passer ?
- Souhaitez-vous créer une unité au sein de vos équipes ?
- Vous souhaitez présenter des résultats, fêter un anniversaire ?

4. Le Public

- Définir le public cible de cet événement (professionnels, particuliers, grands publics, l'interne et l'externe, âge moyen, public féminin, masculin, nombre d'invités prévus, nombre de participants prévus....)

5. Date

- La date est-elle fixée ?
- Éviter les périodes de vacances scolaires, jours fériés, élections, vérifier s'il n'y a pas d'autres événements au sein de votre entreprise ou dans le même secteur d'activité aux mêmes dates...

6. Lieu

- Préciser si l'événement se déroulera en France, (si oui, quelle région), ou à l'étranger ?
- Quel genre de lieu souhaitez-vous ? (Salles, hôtels, monuments historiques...)
- Indiquer les souhaits et ce qui n'est pas envisageable en fonction du budget imparti.

7. Transports et hébergement

- Y a-t-il des transports, transferts à prévoir ainsi qu'un hébergement ? Si oui, en hôtels luxe ou pas ? combien de personnes par chambre...

8. Programme

- Quel est le programme prévu (séance de travail, animations, visite, cocktail, dîner de gala, soirées extérieures...) prévoir les horaires envisagés.

9. Budget

- Le budget c'est le nerf de la guerre ! Il faut prévoir un budget cohérent avec la demande.
- Soit le budget est communiqué à l'agence, soit l'agence établira un budget prévisionnel en fonction des demandes du client (d'où l'intérêt d'avoir le plus de précisions possibles lors du brief).

10. Événements passés

- Donner des précisions sur vos événements passés (date, lieux, contexte...) afin que l'agence puisse faire des propositions différentes.