

---

# TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos.....	iii
Table des matières.....	v
Liste des tableaux.....	xi
Liste des figures.....	xiii
<b>Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>PREMIÈRE PARTIE : LE PHÉNOMÈNE « ÉVÉNEMENT ».....</b>	<b>5</b>
<b>CHAPITRE 1</b>	
<b>VUE D'ENSEMBLE.....</b>	<b>7</b>
1.1 La définition.....	8
1.2 L'importance des événements.....	9
1.3 La diversité.....	11
1.4 L'environnement.....	15
1.5 Les intervenants.....	16
<b>CHAPITRE 2</b>	
<b>CADRE DE GESTION.....</b>	<b>23</b>
2.1 Les deux cadres de gestion possibles.....	25
2.2 Le choix d'un cadre.....	28
2.3 Le choix et le contenu des phases.....	33
2.4 Les dimensions de la gestion.....	36
2.5 Les aspects organisationnels.....	37
<b>DEUXIÈME PARTIE : PRINCIPES ET CONCEPTS.....</b>	<b>41</b>
<b>CHAPITRE 3</b>	
<b>LA PHASE DE DÉCLENCHEMENT.....</b>	<b>43</b>
3.1 Des sources d'idées d'événements.....	45
3.2 L'exploration initiale de l'idée retenue.....	47
3.3 L'analyse du contexte.....	51
3.4 L'identification des risques.....	56

3.5	La définition structurée de l'événement.....	57
3.6	Les dimensions de gestion dans la phase de déclenchement.....	63
3.7	Porte : la décision de concevoir l'événement.....	63
<b>CHAPITRE 4</b>		
<b>LA PHASE DE CONCEPTION.....</b>		<b>67</b>
4.1	Le processus de conception.....	68
4.2	Les orientations données par le promoteur.....	70
4.3	Le choix de la forme d'événement.....	72
4.4	L'élaboration du concept.....	73
4.5	La formulation d'orientations stratégiques.....	78
4.6	La vérification de faisabilité.....	84
4.7	Les dimension de gestion dans la phase de conception.....	95
4.8	Porte : la décision de produire l'événement.....	96
<b>CHAPITRE 5</b>		
<b>LA PHASE DE PLANIFICATION.....</b>		<b>99</b>
5.1	La planification : quoi et pourquoi ?.....	101
5.2	Le plan budgétaire de l'événement.....	104
5.3	Le plan d'exécution de la production.....	108
5.4	Les Concepts et étapes d'une planification détaillée.....	113
5.5	Les dimensions de gestion dans la phase de planification.....	122
5.6	Porte : approbation et diffusion des plans.....	122
<b>CHAPITRE 6</b>		
<b>LA GESTION DU DESIGN.....</b>		<b>125</b>
6.1	Les tâches de gestion du design.....	126
6.2	L'élaboration du programme.....	127
6.3	Les célébrités et autres prestataires.....	129
6.4	L'ambiance et les services aux participants.....	134
<b>CHAPITRE 7</b>		
<b>LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES.....</b>		<b>141</b>
7.1	Les tâches de gestion.....	142
7.2	La dotation.....	144
7.3	Le <i>team building</i> .....	144
7.4	Le pouvoir, l'influence et le leadership.....	146
7.5	La gestion des bénévoles.....	149
7.6	La coordination.....	150

**CHAPITRE 8**

<b>LA GESTION DES RESSOURCES MATÉRIELLES .....</b>	<b>155</b>
8.1 Les tâches de logistique.....	157
8.2 Le choix du lieu et sa confirmation .....	157
8.3 L'insertion de l'événement sur le lieu.....	161
8.4 L'aménagement du lieu pour recevoir l'événement .....	164
8.5 La mise en place des services .....	167
8.6 L'utilisation des ressources matérielles .....	171
8.7 La protection des personnes et du lieu .....	173
8.8 La préparation de la phase de tenue.....	174

**CHAPITRE 9**

<b>LES REVENUS INTERNES .....</b>	<b>177</b>
9.1 Vue globale du financement d'un événement .....	178
9.2 Les tâches de financement interne.....	179
9.3 Les revenus de participation .....	180
9.4 Les revenus de produits dérivés.....	184
9.5 Les revenus de services dérivés.....	187

**CHAPITRE 10**

<b>LES REVENUS EXTERNES .....</b>	<b>189</b>
10.1 Les tâches de financement externe.....	190
10.2 L'actualisation de la stratégie.....	190
10.3 Les commandites .....	193
10.4 Les dons .....	203
10.5 Les subventions .....	204

**CHAPITRE 11**

<b>LES CONTRÔLES DE GESTION.....</b>	<b>209</b>
11.1 Quelques principes .....	210
11.2 Les tâches de contrôle .....	212
11.3 Le contrôle de l'avancement .....	213
11.4 Le contrôle financier.....	213
11.5 Le contrôle de la conformité .....	214
11.6 Le contrôle de la qualité.....	215
11.7 Le contrôle des risques.....	215
11.8 Le rapport d'avancement.....	215

<b>CHAPITRE 12</b>	
<b>LA GESTION DES COMMUNICATIONS</b> .....	<b>217</b>
12.1 Les tâches de gestion.....	218
12.2 La création d'une identité de marque.....	220
12.3 Le contenu du message.....	223
12.4 La diffusion du message.....	225
12.5 L'écoute et la satisfaction des participants.....	239
<b>CHAPITRE 13</b>	
<b>LA GESTION DES RISQUES</b> .....	<b>243</b>
13.1 Les tâches de gestion des risques.....	245
13.2 L'identification des risques.....	246
13.3 L'analyse des risques.....	249
13.4 La planification des réponses aux risques.....	250
13.5 La surveillance et la maîtrise des risques.....	251
<b>CHAPITRE 14</b>	
<b>LA PHASE DE TENUE</b> .....	<b>255</b>
14.1 Préalables à la phase de tenue.....	256
14.2 La gestion du programme.....	258
14.3 La gestion des risques.....	261
14.4 La gestion des imprévus.....	262
14.5 Porte : fin de l'événement.....	262
<b>CHAPITRE 15</b>	
<b>LA PHASE DE CLÔTURE</b> .....	<b>265</b>
15.1 La libération des ressources.....	266
15.2 Les bilans opérationnel et financier.....	267
15.3 Les rapports aux partenaires financiers.....	269
15.4 Porte : la fermeture des dossiers de l'événement.....	271
<b>TROISIÈME PARTIE : PRATIQUES ET TECHNIQUES</b> .....	<b>273</b>
<b>CHAPITRE 16</b>	
<b>LES RÉUNIONS</b> .....	<b>275</b>
16.1 Le déclenchement.....	276
16.2 La conception.....	277
16.3 La planification.....	278
16.4 La production.....	278
16.5 La tenue.....	285
16.6 La clôture.....	286

---

<b>CHAPITRE 17</b>	
<b>LES SALONS, FOIRES ET EXPOSITIONS.....</b>	<b>287</b>
17.1 Le déclenchement.....	289
17.2 La conception.....	291
17.3 La planification.....	293
17.4 La production.....	293
17.5 La tenue.....	297
17.6 La clôture.....	298
<b>CHAPITRE 18</b>	
<b>LES FESTIVALS.....</b>	<b>301</b>
18.1 Le déclenchement.....	302
18.2 La conception.....	303
18.3 La planification.....	307
18.4 La production.....	307
18.1 La tenue.....	311
18.2 La clôture.....	311
<b>CHAPITRE 19</b>	
<b>LES ÉVÉNEMENTS CORPORATIFS.....</b>	<b>313</b>
19.1 Le déclenchement.....	315
19.2 La conception.....	318
19.3 La planification.....	320
19.4 La production.....	320
19.5 La tenue.....	322
19.6 La clôture.....	322
<b>CHAPITRE 20</b>	
<b>LES ÉVÉNEMENTS SPORTIFS.....</b>	<b>325</b>
20.1 Le déclenchement.....	326
20.2 La conception.....	329
20.3 La planification.....	331
20.4 La production.....	331
20.5 La tenue.....	334
20.6 La clôture.....	334
<b>CHAPITRE 21</b>	
<b>LES ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX.....</b>	<b>337</b>
21.1 Les Fêtes.....	338
21.2 Les célébrations et grands anniversaires.....	340
21.3 Les méga-événements.....	341
21.4 D'autres événements spéciaux.....	343

<b>CHAPITRE 22</b>	
<b>LES ÉVÉNEMENTS PARTICULIERS .....</b>	<b>345</b>
22.1 Les événements internationaux .....	346
22.2 Les événements officiels .....	347
22.3 Les événements virtuels.....	347
22.4 Les événements écoresponsables.....	349
22.5 Les événements en réalité altérée.....	351
<b>QUATRIÈME PARTIE : IMPACTS .....</b>	<b>357</b>
<b>CHAPITRE 23</b>	
<b>LES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX.....</b>	<b>359</b>
23.1 Importance du phénomène .....	361
23.2 Perceptions erronées sur le virage vert .....	362
23.3 Principes et outils de gestion.....	363
23.4 Gestion et recyclage des déchets .....	366
<b>CHAPITRE 24</b>	
<b>LES IMPACTS SOCIAUX .....</b>	<b>369</b>
24.1 Impacts positifs, impacts négatifs.....	370
24.2 Évaluation des impacts sociaux.....	371
<b>CHAPITRE 25</b>	
<b>LES IMPACTS ÉCONOMIQUES .....</b>	<b>375</b>
25.1 L'essentiel des impacts économiques positifs.....	377
25.2 Les impacts économiques négatifs.....	381
25.3 Les méthodes d'évaluation globale .....	381
25.4 Exemple de l'île du Cap Breton.....	382