

## Les organisateurs possibles

Pour chaque type d'entreprise ou d'organisme qui agit comme organisateur d'événements, on indique dans cette annexe le type d'événement que cet organisateur entreprend habituellement, les participants ciblés, comment se fait la réalisation et les principales sources de financement.

### Les administrations gouvernementales

L'expression «administration gouvernementale» est utilisée ici pour désigner un ministère ou une agence au niveau national, provincial, départemental, régional, local ou municipal et comprend les organismes parapublics et semi-publics relevant directement d'une entité gouvernementale.

#### Types d'événements principaux

- des événements officiels ou *diplomatiques* (comme de recevoir le président d'un autre pays) qui, même s'ils n'impliquent qu'un nombre limité de personnes, doivent être conçus et gérés avec soin, compte tenu de leurs impacts potentiellement importants en termes politiques, diplomatiques ou économiques ;
- des fêtes pour leurs propres employés ;
- des célébrations, notamment d'anniversaires, comme celui du 400<sup>e</sup> anniversaire de fondation de la ville de Québec en 2008, dans le but de fournir, au public du territoire sous leur autorité, des occasions de se rassembler, de célébrer et de se distraire ; les célébrations ont aussi pour but d'attirer des touristes et d'augmenter la notoriété de l'endroit où elles se tiennent;
- des *compétitions sportives* (les Jeux Olympiques en étant les plus importantes). Les administrations le font pour des raisons de prestige et pour intensifier la compétitivité touristique de la destination que ces administrations gèrent.

#### Participants ciblés

Pour les festivals et célébrations qu'elles organisent, les administrations gouvernementales ciblent le plus souvent la population en général, chacun étant invité a priori, ou une population limitée à l'échelle locale ou régionale, selon la nature et l'envergure de l'événement et selon le domaine de responsabilité et les intérêts propres de l'administration concernée.

Une administration gouvernementale peut aussi organiser un festival pour des raisons de développement économique ; de plus, elle peut cibler une clientèle touristique. Finalement, une administration gouvernementale peut organiser un événement pour ses propres employés.

## Réalisation

Pour la réalisation d'événements officiels, les administrations font le plus souvent appel à leur service du protocole (et au besoin aux divers services de sécurité) qui fera lui-même appel à des sous-traitants et fournisseurs au besoin.

En ce qui concerne l'organisation de célébrations ou de grandes compétitions sportives, les administrations gouvernementales ne possèdent généralement pas les ressources humaines et techniques pour assumer la responsabilité de produire les événements dont elles font la promotion.

Dans le cas d'événements de moyenne à grande envergure, l'administration fera probablement affaire directement avec une firme de gestion d'événements, à qui elle confiera le mandat de concevoir et de réaliser l'événement envisagé.

Dans le cas de très grands événements, l'administration créera un Comité organisateur ad hoc, celui-ci étant composé de gestionnaires de haut niveau (du public ou du privé) connus du public et ayant fait leur preuve. Ainsi, les villes où se tiennent les Olympiques forment généralement un Comité organisateur des Jeux Olympiques. Ce Comité fera à son tour appel, pour la conception et la réalisation de l'événement, à divers conseillers et fournisseurs, dont des entreprises spécialisées en gestion d'événements.

Bien sûr, on trouve dans certaines administrations gouvernementales des personnes qui possèdent les connaissances, les compétences et l'expérience nécessaires pour concevoir, produire et tenir l'événement organisé par l'administration. Cette approche peut être préférable dans certaines circonstances. Ces organisateurs d'événements ont même leur propre association, la *Society of Government Meeting Professionals*.

## Financement

Quand il s'agit de célébrations, les administrations gouvernementales les financent en bonne partie avec leurs propres fonds.

Cependant, s'il s'agit d'un événement de prestige ou de grande envergure, les administrations feront appel à des commanditaires et à la vente de produits dérivés: cette pratique s'est développée notamment dans le cas des Jeux Olympiques, à compter des années quatre-vingts, comme solution aux déficits importants qu'avaient dû absorber les administrations qui avaient organisé les Jeux précédents.

## Les associations et communautés de pratique ou d'intérêts

Les associations, regroupements et communautés de pratique ou d'intérêts organisent des réunions (congrès, conférences, etc.) pour donner à leurs membres des occasions de développement professionnel et de réseautage. Souvent, ces réunions permettent en plus de dégager des profits afin de soutenir les services offerts à leurs membres.

L'association ou la communauté de pratique qui fait la promotion d'une réunion cible généralement, comme **participants**, ses membres (la qualité de membre peut être officielle ou officieuse) ou une population spécialisée, constituée de personnes exerçant des activités professionnelles semblables ou partageant des intérêts communs.

Selon sa taille, l'association ou la communauté de pratique peut avoir à son service un petit nombre de personnes pouvant concevoir et **réaliser** l'événement ; si l'envergure est importante, la communauté peut faire appel à des entreprises de gestion d'événements.

Les réunions se **financent** largement par les frais de participation. Le financement peut être complété par des commandites.

## Les regroupements commerciaux

Les regroupements commerciaux (associations de marchands, de concessionnaires, groupes industriels, etc.) organisent des salons, des foires et des expositions pour donner de la visibilité aux produits ou services commercialisés par leurs membres et leur fournir ainsi des occasions d'affaires.

Le regroupement commercial qui fait la promotion d'un salon cible généralement, comme **participants**, la clientèle potentielle des commerçants ainsi regroupés.

Selon sa taille, le regroupement commercial peut avoir à son service un petit groupe de personnes pouvant concevoir et **réaliser** le salon, l'exposition ou la foire. Les salons sont aussi organisés par des entreprises spécialisées qui en font elles-mêmes la promotion et la réalisation.

Les salons, expositions et foires se **financent** largement par les redevances demandées aux exposants (sous forme de concession ou de pourcentage des ventes) et par les frais d'entrée demandés aux participants. Le financement peut être complété par des commandites.

## Les employeurs, publics ou privés

Des entreprises privées ou publiques, à titre d'employeur, organisent différentes activités, dont des fêtes et des voyages de motivation, pour souligner le travail de leurs employés ou accroître leur sentiment d'appartenance, leur moral ou leur productivité.

L'entreprise qui organise une fête à l'intention de ses employés cible ceux-ci en exclusivité comme **participants**, seuls ou parfois avec un ou des invités, le conjoint ou la famille.

Selon sa taille, l'employeur public ou privé peut avoir à son service un petit nombre de personnes pouvant concevoir et **réaliser** la fête; pour sa production et selon l'envergure de la fête, l'employeur fait appel à des entreprises privées de gestion d'événements, à qui elle confie des mandats de production (et, selon le cas, de conception).

Les fêtes d'entreprise sont généralement **financées** entièrement ou en très grande partie par les fonds propres de l'entreprise qui les organise. De plus en plus, celles-ci font aussi appel aux contributions de leurs fournisseurs.

## Les entreprises, comme producteurs et vendeurs

Des entreprises, surtout privées, qui produisent des biens ou des services, organisent des événements à caractère commercial à l'intention de leurs clients actuels ou potentiels, comme des lancements de produit.

L'entreprise qui organise un événement à l'intention de ses clients les cible, comme **participants**, de façon plus ou moins étroite, selon le cas.

Selon sa taille, l'entreprise peut avoir à son service un petit nombre de personnes pouvant concevoir et **réaliser** la fête; pour sa production et selon l'envergure de la fête, l'entreprise fait appel à des entreprises privées de gestion d'événements, à qui elles confient des mandats de production (et, selon le cas, de conception).

Les événements corporatifs à caractère commercial sont, sauf exception, **financés** entièrement par les fonds propres de l'entreprise qui les organise. Celle-ci peut faire appel aux contributions de ses fournisseurs.

## Les familles et les groupes sociaux

Les familles et groupes sociaux organisent des fêtes pour souligner des étapes marquantes dans la vie de leurs membres, en fournissant ainsi des occasions de rassemblement et de célébration.

Une famille ou un groupe social qui organise une fête vise principalement ou exclusivement, comme **participants**, les membres de la famille ou du groupe en question.

Selon l'envergure de la fête, une ou des personnes membres de la famille ou du groupe social s'offrent comme bénévoles pour concevoir et **réaliser** la fête. Il arrive que la famille ou le groupe puisse assumer le coût des services de prestataires (des musiciens par exemple) et d'une personne spécialisée dans la gestion d'événements.

La fête de famille ou sociale est **financée** principalement par les contributions demandées aux participants.

## Les firmes de gestion d'événements

Les firmes de gestion d'événements sont en général assez petites (se limitant souvent à la personne fondatrice) mais néanmoins hautement spécialisées. Elles n'agissent pas normalement comme organisateur d'événement: leur rôle consiste plutôt à offrir des services de production aux autres promoteurs, notamment aux administrations gouvernementales.

Mais il peut surgir des situations où une firme constate que faire la promotion d'un événement constitue une belle occasion d'affaires pour elle. Imaginons un Festival organisé par une administration publique et qui, tenu la première fois, connaît un succès bien supérieur aux attentes; le mérite en est attribué au gestionnaire de l'événement, qui voit ainsi sa notoriété augmentée. Si l'administration décide de ne plus organiser l'événement dans l'avenir, le gestionnaire de l'événement pourrait bien décider d'assumer lui-même le rôle d'organisateur, en plus de son rôle de producteur.

Les firmes de gestion d'événements organisent le plus souvent des événements thématiques. Le thème cible comme **participants** une classe particulière de la population, identifiée en fonction de caractéristiques démographiques, sociales ou culturelles (enfants, personnes âgées, employés et conjoints, amateurs de jazz, philatélistes, résidents de...); la clientèle ciblée peut être très large et le ciblage de certains publics n'exclut pas nécessairement les autres.

Les firmes spécialisées en gestion d'événements assurent elles-mêmes la **réalisation** des événements dont elles font la promotion. En effet, ces firmes ont à leur service ou peuvent recruter divers spécialistes et des personnes intéressées ou expérimentées dans ce domaine, dont elles favorisent leur développement pour augmenter leur niveau de spécialité.

Pour **financer** les fêtes et festivals dont elles font la promotion, les firmes spécialisées en gestion d'événements font largement appel à des commanditaires, quelques fois aussi à des subventionnaires. Elles se financent aussi avec la vente de produits dérivés, dont la qualité témoigne de la qualité de l'événement même. Finalement, elles peuvent aussi demander des frais de participation à certaines activités.