Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

Chaire UNESCO sur la formation de professionel/-les du développement durable France

Guide d'accompagnement pour l'organisation d'un événement associatif en région Aquitaine

co-construit par

L'Association Projets Solidaires

et

la licence professionnelle

« Chargé-e de projets en solidarité internationale et développement durable »

Association Projets Solidaires
7 impasse Suffren
33700 Mérignac
Tél. 06 71 94 19 49
Mail : contact@projets-solidaires.org

Université Bordeaux Montaigne
Domaine Universitaire
F-33607 Pessac Cedex
Tél. 05 57 12 44 44
Mail : licence-stc-amenagement@u-bordeaux3.fr

GUIDE

AIDE

A L'ORGANISATION

D'UN EVENEMENT ASSOCIATIF

EN AQUITAINE

AIDE METHODOLOGIQUE

COMMUNICATION

GESTION ET LOGISTIQUE

REGLEMENTATION ET SECURITE

EVALUATION

SOMMAIRE

UTILISATION DU GUIDE			5
PARTIE 1 : AIDE METHODOLOGIQUE			6
FICHE OUTIL 1 : POURQUOI ? POUR QUI ? QUOI ?			7
FICHE CAS PRATIQUE 1	FICHE ACTION		8
	ACTION 1	*WORLD CAFE*	9
	ACTION 2	*PARCOURS DEAMBULATOIRE*	12
	ACTION 3	*STAND EVOLUTIF*	16
FICHE CAS PRATIQUE 2	CADRE LOGIQUE		18
	ACTION 1	*WORLD CAFE*	19
	ACTION 2	*PARCOURS DEAMBULATOIRE*	20
	ACTION 3	*STAND EVOLUTIF*	22
FICHE CAS PRATIQUE 3	AVANTAGES / INCONVENIENTS		23
	ACTION 1	*WORLD CAFE*	24
	ACTION 2	*PARCOURS DEAMBULATOIRE*	25
	ACTION 3	*STAND EVOLUTIF*	26
FICHE OUTIL 2 : QUAND ? OU ? AVEC QUOI ? AVEC QUI ?			27
FICHE CAS PRATIQUE 4	REPRESENTATION VISUELLE DES ACTEURS		28
FICHE CAS PRATIQUE 5	CALENDRIER DES MANIFESTATIONS		30
FICHE CAS PRATIQUE 6	PLANIFICATION DES ACTIVITES		32
FICHE CAS PRATIQUE 7	REPERTOIRE DES ASSOCIATIONS EN AQUITAINE		34
PARTIE 2 : COMMUNICATION			35
FICHE OUTIL 3 : PLAN D'ACTION DE COMMUNICATION			36
FICHE OUTIL 4 : IMPRESSION FLYERS ET AFFICHES			37
FICHE OUTIL 5 : REPERTOIRE IMPRIMEURS RESPONSABLES			38
FICHE OUTIL 6 : COMMUNIQUE DE PRESSE			39
PARTIE 3 : GESTION ET LOGISTIQUE			40
FICHE OUTIL 7 : ACCES ET TRANSPORTS			41
FICHE OUTIL 8 : ACCESSIBILITE DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP			42
FICHE OUTIL 9 : EQUIPEMENT			43
FICHE OUTIL 10 : REPERTOIRE FOURNISSEURS			44
FICHE OUTIL 11 : ALIMENTATION			45
FICHE OUTIL 12 : REPERTOIRE ALIMENTATION			46
FICHE OUTIL 13 : GESTION DES DECHETS			47
FICHE OUTIL 14 : REPERTOIRE GESTION DES DECHETS			48

PARTIE 4 : REGLEMENTATION ET SECURITE		49
	FICHE OUTIL 15 : DEMARCHES AVANT LA MANIFESTATION	50
	FICHE OUTIL 16 : DEMARCHES PENDANT LA MANIFESTATION	51
	FICHE OUTIL 17 : DEMARCHES APRES LA MANIFESTATION	52
	FICHE OUTIL 18 : REGLEMENTATION VENTE BOISSONS	53
	FICHE OUTIL 19 : REGLEMENTATION VENTE ALIMENTATION	54
	FICHE OUTIL 20 : REGLEMENTATION LOTERIE / TOMBOLA	56
	FICHE OUTIL 21 : REGLEMENTATION BROCANTE	57
	FICHE OUTIL 22 : REGLEMENTATION SPECTACLE	58
	FICHE OUTIL 23 : REGLEMENTATION SACEM	60
	FICHE OUTIL 24 : REGLEMENTATION PUBLICITE	61
	FICHE OUTIL 25 : REGLEMENTATION SECURITE	63
	FICHE OUTIL 26: REPERTOIRE DIVERS	64
	FICHE OUTIL 27 : FINANCEMENT	65
PARTIE 5 : EVALUATION		66
	FICHE OUTIL 27 : BILAN DE l'ECO-RESPONSABILITE	67
	FICHE OUTIL 28 : QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION	68
	FICHE OUTIL 29 : TABLEAU D'AIDE A L'EVALUATION D'UNE ACTION	69
ANNEXES		
	FICHE ACTION VIERGE	70
	CADRE LOGIQUE VIERGE	72
	FICHE AVANTAGES / INCONVENIENTS VIERGE	73

UTILISATION DU GUIDE

- Ce guide a pour objectif de venir en appui à toute personne souhaitant organiser un événement associatif. Il présente des pratiques à suivre pour inscrire l'évènement dans une démarche éco-responsable. Il vise à aider l'organisateur quelle que soit son expérience en la matière.

- Des fiches outils décrivent chacune des étapes de la conception et de l'organisation d'un événement, les questions à se poser et les écueils à éviter.

- Pour illustrer ces conseils, des fiches cas pratiques sont associées aux fiches outils. Elles se basent sur trois exemples d'événement, un stand évolutif de présentation d'une association, un World-Café et un parcours déambulatoire. Ces fiches sont accompagnées d'explications permettant de s'approprier les outils utilisés. Elles ont pour objectif de rendre concrets les conseils et explications fournis par les fiches outils.

- Un répertoire d'acteurs de la région Aquitaine est inclus dans les différentes parties : Aide méthodologique, Communication, Gestion et logistique, Réglementation et Evaluation.

- Cette structuration permet au lecteur de suivre de manière chronologique les différentes étapes ou de trouver directement l'information dont il a besoin.

PARTIE 1 : AIDE METHODOLOGIQUE

Dans cette première partie, vous trouverez des outils, conseils et techniques pour concevoir un évènement associatif. Trois exemples d'actions vous seront décrits afin d'illustrer la démarche utilisée. Les actions pensées ont pour objectif de développer la notoriété d'une association. Dans cet exemple, il s'agit d'une association implantée en Aquitaine, œuvrant dans la Solidarité Internationale.

World Café

- Le world café est un processus créatif. Il vise à faciliter un dialogue entre des acteurs, un partage de connaissances et d'idées dans une ambiance conviviale, en vue de créer un réseau d'échanges et d'actions. Ce processus permet aux participants de débattre d'une question en petits groupes autour d'une table gérée par un animateur. A intervalle régulier, les participants changent de table.

- L'animateur sur chaque espace résume la conversation précédente aux nouveaux arrivés pour leur permettre d'enrichir les réflexions. Au terme du débat, les principales idées sont retransmises au cours d'une assemblée plénière et les possibilités de suivi sont soumises à discussion.

- Ce concept qui réunit différents acteurs associatifs (lieux, invités) facilite les possibilités d'élargir le réseau de partenaires d'une association.

Parcours déambulatoire

- Cette manifestation est conçue pour donner une visibilité des projets d'une association, avec la participation des associations de solidarité internationale dans le principe d'échanges de savoirs et de mutualisation des compétences. Ce parcours déambulatoire est imaginé dans un parc public. L'espace est matérialisé par des stands qui sont tenus par un membre de votre association et d'une association partenaire présentant une thématique commune (environnement, économie sociale et solidaire, développement économique durable, tourisme solidaire, etc.)

- Pour faciliter la déambulation du public sur tous les stands, un jeu de piste avec énigmes est mis en place. Pour rendre accessible la manifestation au grand public et mettre en valeur le patrimoine culturel des pays d'intervention de votre association, des espaces d'animations ludiques et participatives sont organisés.

Stand évolutif

- L'idée est que ce stand de présentation différenciant peut s'inclure dans des manifestations existantes comme les semaines de la solidarité internationale, du microcrédit, etc. Le concept est de réaliser un stand constamment en mouvement et qui attire le regard, avec un jeu présentant les thématiques, les partenaires et les pays d'interventions de votre association. Le stand de présentation est composé de panneaux qui sont masqués, pour avoir une impression d'un stand vide, ce qui interpelle les passants. Lorsque des passants posent des questions, le jeu leur est proposé afin de leur faire découvrir ce que votre association propose.

- Chaque case du jeu représente une des actions de votre association. Chaque étape du jeu a un support interactif (vidéo, photo, témoignage, dessin, question/réponse…) dévoilant au fur et à mesure sur les panneaux du stand (sous forme de calendrier de l'avent par exemple) vos projets. L'implication du joueur le rend réceptif aux différentes actions de l'association, à la fin du jeu, la personne est dans la peau d'un citoyen qui souhaite agir.

FICHE OUTIL N°1 : POURQUOI ? POUR QUI ? QUOI

- **Objectif : POURQUOI ?**

Un événement est organisé pour répondre à un besoin précis de l'association. Il est indispensable en premier lieu d'identifier un et un seul objectif principal qu'il doit atteindre. En effet, afin d'être efficace et pertinent, un événement doit prendre la forme la plus adéquate pour atteindre un résultat voulu.

Le risque de ne pas mener cette réflexion en amont est d'organiser un événement de type patchwork, avec plusieurs activités ne présentant pas nécessairement de cohérence entre elles. Un tel événement risque de voir son efficacité diluée. Le risque est de n'atteindre que peu ou prou plusieurs objectifs sans en atteindre un seul pleinement.

Il peut s'agir d'un objectif :

- De cohésion interne : fédérer et motiver les membres et les amis de l'association.
- De notoriété : accroître la notoriété et la visibilité de l'association sur un territoire donné.
- Financier : augmenter les ressources de l'association.
- ….

- **Public Cible : POUR QUI ?**

Une fois l'objectif défini, il faut réfléchir au public que l'on souhaite voir participer ou public cible. Le public prioritaire pour lequel sera pensé l'événement est celui qui permettra au mieux d'atteindre l'objectif voulu. Là encore, il est important de se concentrer sur une cible prioritaire.

- **Choix des activités : QUOI ?**

Une fois l'objectif et le public cible déterminé, il s'agit d'imaginer la ou les activités qui constitueront l'événement. A ce stade, il est important d'ouvrir sa réflexion le plus largement possible dans sa recherche de solutions. Le risque est de se lancer trop rapidement sur des formes d'événement déjà connues, par réflexe d'imitation. Dans le cadre d'un événement lié à la solidarité internationale et à l'inter-culturalité, il est recommandé d'être vigilant sur les activités choisies afin de ne pas tomber dans l'événement « carte-postale », véhiculant des clichés sur les cultures concernées et les réduisant à des aprioris déjà solidement ancrés dans l'imaginaire collectif.

FICHE CAS PRATIQUE N°1 : FICHE ACTION

- Voici trois fiches décrivant dans le détail les trois actions pensées pour développer la notoriété d'une association. En annexe, vous trouverez une trame vierge de ce document. Il est utilisé en amont du projet.

- La rédaction d'une fiche action permet de construire son déroulement, les lieux et partenaires envisagés et de définir les moyens humains, matériels et financiers.

  Il vous faudra définir :

  - Le titre du projet
  - Le libellé de l'action
  - Les responsables
  - La description et nature de l'action
  - Le public cible
  - Le format de l'action
  - Les moyens
  - Les résultats attendus
  - Le processus de réalisation

- La fiche action vous permet de dresser un état des lieux pour concevoir votre évènement et de vous assurer d'avoir pensé à chacune des étapes de l'organisation.

FICHE ACTION 1 – WORLD CAFE

Titre du projet	• Projet d'appui pour le développement de la visibilité de l'association auprès d'un public sensibilisé à la Solidarité Internationale et au Développement Durable en Aquitaine
Libellé de l'action	• Organiser un world café
Responsable	• Responsabilité Equipe Organisatrice / Association
Description (nature de l'action, public cible, processus de réalisation, conditions préalables, résultats recherchés …)	
Nous avons choisi le world café afin d'allier une activité formelle - un débat autour d'une problématique - à une atmosphère informelle. Le but est de créer un échange et une synergie entre les participants dans une atmosphère conviviale et décontractée.	
Nature de l'action	• Organiser 1 débat autour d'une question précise.
Public Cible	• Public sensibilisé à la SI ou impliqué dans l'associatif (idée d'ouvrir à d'autres domaines que la SI).
Format de l'action	• Les participants sont répartis par groupe de 6 maximum autour de tables rondes. Un animateur par table mène le débat et gère les prises de parole. L'animateur rappelle la problématique et lance le débat qui dure 15 à 20 minutes. Puis les participants changent de table. L'animateur qui a pris des notes fait un compte-rendu des débats du groupe précédent et relance les échanges sur cette base. L'objectif est de capitaliser sur ce qui est ressorti des débats du groupe précédent. Le processus se répète jusqu'à ce que chaque groupe ait débattu à chaque table. A la fin des débats, il y a une restitution plénière.
Résultats attendus	• Susciter l'intérêt du public participant pour les projets de l'association.

Processus de réalisation	• Etat des lieux des moyens de l'association : moyens humains, matériaux, financiers. • Définir le lieu le plus adapté : lieu associatif, café littéraire… (le Samovar Café, la Maison éco-citoyenne…). • Définir les questions/thèmes • Prévoir un stand de présentation de l'association et des documents pour adhésions, dons, prêts solidaires, coordonnées…
Processus de réalisation	• Exemple de thématique : L' ENGAGEMENT Comment convaincre la jeune génération de s'engager ? Quel moyen pour mutualiser les efforts des bénévoles ? (échanges de bénévoles ?) Comment partager son expérience de bénévoles ? Comment valoriser son expérience de bénévoles ? Comment dynamiser le territoire tissu associatif ? • Autre thématique possible : LE COMMERCE EQUITABLE, L'ENVIRONNEMENT….. • Réalisation des outils de communication • Diffusion des invitations - réseaux sociaux/flyers à déposer/e-mailings… • à partir du 2e Worldcafé utiliser les comptes-rendus des actions précédentes comme support de communication • Communication après : réaliser un compte-rendu du Worldcafé – diffuser le compte rendu aux participants. • Outils d'évaluation de l'action (qualitatifs/quantitatifs) : demander aux participants les thèmes qu'ils aimeraient aborder – construire le prochain débat à partir des réponses. • Outils d'évaluation de l'objectif (qualitatifs/quantitatifs) : le public est-il bien un public sensibilisé à la SI ? question - « êtes-vous déjà impliqué dans l'associatif ? »
Fréquence	• 1 fois par trimestre par exemple… travailler sur le calendrier des événements pour définir combien de séances

<table>
<tr><th colspan="3">Moyens mis en œuvre</th></tr>
<tr><td>Humains
Equipe Organisatrice
1 médiateur par table
1 référent projet à l’association
1 référent – animateur action(s)
1 référent ressource du lieu
1 bénévole pour communication (flyer)</td><td>Matériels
Lieu avec équipement
micro-sono
table stand association (+vente d’objets + exposition de l’association + illustration des projets)
rétroprojecteur (?)
papiers-stylos</td><td>Financiers
Communication
Valorisation du bénévolat
Activités génératrices de revenus lors de l’action :
Boite à dons
Fiche adhésion sur les tables
Vente d’objets (tissus, porte-clés, etc)</td></tr>
<tr><td>Structures et acteurs impliqués</td><td colspan="2">Lieux associatifs, café littéraires : le Samovar café, la Maison éco-citoyenne…
Bénévoles/autres associations/étudiants/adhérents du lieu choisi…</td></tr>
<tr><td>Documents de suivi</td><td colspan="2">Calendrier des événements de SI</td></tr>
<tr><td>Commentaires</td><td colspan="2">Retombée sous-jacente = s’inscrire dans la vie locale – se faire connaitre des propriétaires des lieux. L’association participe à la dynamique du territoire.
Possibilité d’atteindre l’objectif secondaire de nouveaux financements et de nouvelles ressources humaines</td></tr>
</table>

FICHE ACTION 2 – PARCOURS DEAMBULATOIRE

Titre du projet	• Projet d'appui pour le développement de la visibilité de l'association auprès d'un public sensibilisé à la Solidarité Internationale et au Développement Durable en Aquitaine
Libellé de l'action	• Organiser un parcours déambulatoire
Responsable	• Responsabilité Equipe Organisatrice / Association
Description (nature de l'action, public cible, processus de réalisation, conditions préalables, résultats recherchés …)	
Nature de l'action	• *Organiser un parcours* en partenariat avec des Association de SI œuvrant sur les mêmes thèmes que l'association • Présentation des thématiques en lien avec les actions de l'association : environnement (lutte contre la déforestation, économie d'énergie…), ESS (prêts solidaire…), développement économique durable (artisanat, entreprenariat, formation professionnelle des populations locales…), tourisme solidaire, inter-culturalité (mise en valeur du patrimoine culturel local des pays d'intervention de l'association) • Fil conducteur : jeu de piste avec énigmes à trouver sur les stands tout au long du parcours
Public Cible	• Public sensibilisé à la SI ou impliqué dans l'associatif (idée d'ouvrir à d'autres domaines que la SI).
Résultats attendus	• Susciter l'intérêt du public participant pour les projets de l'association.
Processus de réalisation	• Etat des lieux des moyens humains, financiers et techniques de l'association mobilisables • Répertorier des associations de SI œuvrant autour de thématiques similaires • Elaborer un partenariat avec les différentes associations retenues pour la mise en place de l'événement • Identification des lieux possibles, puis démarches administratives (déclaration, autorisation mairie et préfecture)

Processus de réalisation	• Réaliser des outils de communication : invitation réseaux sociaux, presse, réseau de communication mairie, affiches, flyers • Destinataire communication : RADSI, maison des associations, services de coopération • Stand d'arrivée et de sortie : mettre à disposition des plaquettes de présentation, fiche d'inscription à la news-letter, bulletin d'adhésion…+ vente d'objets/artisanat, boîte à dons • Stands thématiques développement durable, solidarité internationale à mettre en place le jour même en collaboration avec l'association partenaire : Le principe des stands est de permettre au public de s'informer sur les prêts solidaires, déforestation, empreinte carbone, inter-culturalité, questions de genre… au travers d'une approche ludique. • Jeu de piste pour inciter le public à aller à tous les stands thématiques, prévoir un animateur référent du jeu de piste. • Les animations : Théâtre forum, porteur de paroles, Ateliers créatifs : maquillage, jeux, contes, parades musicales… • Organiser le parc de façon à ce que le public est accès à l'ensemble des animations/stands présents dans le parc, de façon sécurisée • Stand restauration : proposer à prix abordable des plats cuisinés sur les foyers améliorés (pourquoi ne pas faire appel à un cuisinier professionnel qui serait bénévole ?) • Mise en place de sanitaires (toilettes sèches) : endroit stratégique, faire appel à une association pour le mettre à disposition qui pourra faire de la sensibilisation autour de leur utilisation • Mise en place d'un point premier secours : Faire appel à une association habilitée • Communication après la journée: Réaliser et diffuser le compte rendu aux partenaires/ organisation d'un bilan convivial avec les partenaires, politiques … • Outils d'évaluation de l'action (qualitatifs/quantitatifs) : inscription à la newsletter, nombre de personnes venues (système de tickets à l'entrée du parc), interview de personnes pour savoir si ils sont sensibilisés à la SI et comment ils ont pris connaissance de l'événement • Outils d'évaluation de notre objectif (qualitatifs/quantitatifs) : adhésions, prêts solidaires, éventualité de partenariat avec d'autres associations de SI
Fréquence	• 1 fois par an.

Moyens mis en œuvre		
Humains	**Matériels**	**Financiers**
• Equipe Organisatrice • Membres des associations partenaires • Bénévoles de l'association • Communautés et représentants Sud • Services municipaux • Professionnel de l'événementiel • Maisons de jeunes • Associations de retraités • Restaurateurs • Communication • Accueil sur place • Service de tickets • Responsable jeux • 1 bénévole par stand • 1 groupe de bénévole installation et désinstallation du site • Groupe de bénévoles responsables de l'évaluation (un le jour J, un après l'événement en charge du compte rendu) • Une équipe sécurité (croix rouge)	• Lieu • table stand de présentation (+vente d'objets + exposition de l'association + illustration des projets) • nombre de tables en fonction du nombre de stands + chaises • tonnelles • rétroprojecteur (?) • Caisse (avec fond de caisse) • papiers-stylos, papeterie… • panneaux / calicot / grille caddie	• Communication (flyers…) • Valorisation du bénévolat Activités génératrices de revenus lors de l'action : • Boite à dons • Fiche adhésion sur les tables • Vente d'objets (artisanat, tissus, porte-clés, etc) • Cuisine

Structures et acteurs impliqués	• Parc du Bourgailh • Jardin Public de Bordeaux • Parc Bordelais • …
Documents de suivi	• Calendrier des événements de SI • Répertoire des associations de SI • Carte mentale des Parties Prenantes
Commentaires	• Intérêts complémentaires :générer des revenus, fédération des bénévoles, possibilités de partenariats après l'événement, notoriété auprès des acteurs politiques, inscription dans une dynamique locale, sensibilisation du grand public • Spécificité du Parc du Bourgailh : Développement Durable

FICHE ACTION 3 – STAND EVOLUTIF

Titre du projet	• Projet d'appui pour le développement de la visibilité de l'association auprès d'un public sensibilisé à la Solidarité Internationale et au Développement Durable en Aquitaine
Libellé de l'action	• présentation de l'association lors d'évènements associatifs à travers un stand ludique réutilisable
Responsable	• Responsabilité Equipe Organisatrice / Association
Description (nature de l'action, public cible, processus de réalisation, conditions préalables, résultats recherchés …)	
Nature de l'action	• Mettre en valeur les projets de l'association avec un support ludique (jeu)
Public Cible	• Public sensibilisé à la thématique de la manifestation (semaine de la SI, semaine du microcrédit…)
Résultats attendus	• Susciter l'intérêt du public participant pour les projets de l'association
Processus de réalisation	• Le stand de présentation de l'association est masqué ce qui va interpeler les passants. Lorsque des passants posent des questions, leur proposer de jouer au jeu afin de découvrir qui nous sommes. Case par case, à chaque étape, le joueur incarne une des parties prenantes (bénéficiaire final, association, citoyen). Chaque case représente une des actions de l'association. Les questions ont un lien avec la problématique rencontrée de chaque projet. • Chaque étape du jeu aura un support interactif (vidéo, photo, témoignage, dessin, questions/réponses…) qui complètera un panneau évolutif (sous forme de calendrier de l'avent par ex) dévoilant au fur et à mesure l'association = stand toujours en mouvement, qui suscitera la curiosité des passants. • À la fin du jeu, la personne sera dans la peau d'un citoyen qui souhaite agir, avec présentation des moyens d'actions possibles avec l'association (prêts solidaires, bénévolat, adhésion, achat de porte clés…)

<table>
<tr><td>Durée</td><td colspan="3">• La partie dure une quinzaine de minutes –> une durée inférieure ne permettrait pas de faire découvrir l'ensemble des projets de l'association. Une durée supérieure risquerait de décourager les joueurs potentiels.</td></tr>
<tr><td colspan="4">Moyens mis en œuvre</td></tr>
<tr><td>Humains
• Equipe organisatrice
• 1 bénévole par plateau (soit 2 au total)</td><td>Matériels
• 2 jeux (plateaux, panneaux, cartes…)
• 2 tables, chaises
• 2 supports informatiques
• Plaquettes de présentation
• Portes clés, artisanats
• (Bulletins d'adhésions, fiche pour écrire mails pour newsletter…)</td><td colspan="2">Financiers
• Coûts création du jeu
• Coûts d'actualisation du jeu</td></tr>
<tr><td>Structures et acteurs impliqués</td><td colspan="3">• Association
• Organisateurs de la manifestation</td></tr>
<tr><td>Documents de suivi</td><td colspan="3">• Calendrier des événements de SI pour repérer les événements dans lesquels l'association peut s'inscrire</td></tr>
<tr><td>Commentaires</td><td colspan="3">• Príncipe du jeu réutilisable grandeur nature + Jeu nécessite une phase test avec bénévoles</td></tr>
</table>

FICHE CAS PRATIQUE N°2 : LE CADRE LOGIQUE

- Ce tableau est un outil qui présente de manière synthétique l'action envisagée.

- Les **objectifs** listés dans le tableau correspondent au but à atteindre. Dans nos cas pratiques, l'**objectif général** est de contribuer au développement de la notoriété de l'association (**OG1**). Pour se faire il faut susciter l'intérêt des participants pour ses projets (**OS - objectif spécifique**).

- **R1, R2**… sont les **résultats** attendus de l'action permettant d'atteindre l'objectif. A cette échelle, les **IOV** (Indicateurs Objectivement Vérifiables) sont un ensemble de perspectives souhaitées à l'issue de l'action. Ils sont définis en amont pour pouvoir évaluer l'action de manière quantitative et qualitative. Les **Sources de vérification** sont les supports concrets que vous choisirez d'utiliser (questionnaires, enquêtes, feuilles d'émargement)

- **R1-A1, R1-A2**…. représentent les **activités** mises en place pour atteindre les résultats. A cette échelle, les moyens (colonne IOV) et les coûts (colonne Source de vérification) sont à identifier pour la bonne réalisation des activités.

CADRE LOGIQUE ACTION 1 : WORLD CAFE

LOGIQUE D'INTERVENTION		INDICATEURS OBJECTIVEMENT VERIFIABLES	SOURCES DE VERIFICATION
OG1	Accroître la notoriété de l'association auprès d'un public sensibilisé à la SI et au DD en Aquitaine	Augmentation significative (+ X%) du nombre de : bénévoles, adhésions, prêts solidaires, dons, inscrits à la newsletter, abonnés aux réseaux sociaux après une saison annuelle d'événements de SI	Fichiers de l'association
OS	Susciter l'intérêt des participants pour les projets de l'association	1/3 des participants ont laissé leurs coordonnées pour recevoir la Newsletter 1/3 des participants repartent avec le document de présentation	Liste de contacts remplie au stand Nombre de documents de présentation restants
R1	Le public sensibilisé à la SI est présent	70 % de la capacité d'accueil est atteint Au moins 50% des participants sont un public sensibilisé à la SI	Carnet à souches - Questionnaire succinct en fin de débats
R2	Les participants s'investissent dans les débats	Tous les participants ont pris la parole au moins une fois - Les débats ont apporté des réponses à la question posée	Suivi des animateurs concernant la distribution de parole - Compte rendu des animateurs
R3	Les participants viennent se renseigner au stand de l'association	Au moins 50% des participants viennent se renseigner sur le stand	Comptabilisation manuelle du nombre de participants venant au stand
R1-A1	Trouver un thème fédérateur et accrocheur	Choix parmi les thèmes proposés par l'équipe organisatrice Pour les débats suivants : interrogation des participants sur les thèmes qu'ils souhaiteraient aborder	X
R2-A2	Mettre en œuvre une stratégie de communication ciblée sur le public sensibilisé à la SI	Mailing list RADSI - Réseaux sociaux	Coût d'impression des documents
R2-A1	Mettre en place un cadre propice aux échanges	Espace organisé de manière conviviale et chaleureuse - éléments de décoration - boissons et alimentation	Coût de location de l'espace - coût des boissons et de l'alimentation
R2-A2	Former des bénévoles de l'association à l'animation de débats	Inscription de volontaire à des sessions de formation à la technique d'animation	Coût de la session de formation
R3-A1	Rendre visible un stand de présentation des projets de l'association	Support de communication - Tables - Documents de présentation	Coût d'impression de la documentation

CADRE LOGIQUE ACTION 2- PARCOURS DEAMBULATOIRE

LOGIQUE D'INTERVENTION		I.O.V.	SOURCES DE VERIFICATION
OG1	Accroître la notoriété de l'association auprès d'un public sensibilisé à la SI et au DD en Aquitaine	Augmentation significative (+ X%) du nombre de : bénévoles, adhésions, prêts solidaires, dons, inscrits à la newsletter, abonnés aux réseaux sociaux après une saison annuelle d'événements de SI	
OS	Susciter l'intérêt des participants pour les projets de l'association	- 10 % des participants ont laissé leurs coordonnées pour recevoir la Newsletter - Au moins 5 % des personnes présentes à la journée ont adhéré à l'association	Liste de contacts remplie à la sortie du parc Nombre d'adhésion à la fin de la journée
R1	Une synergie se crée entre l'association et les autres associations participantes	80% des partenaires sont présents au bilan de l'évènement 70% se disent satisfaits de la collaboration	feuille d'émargement le jour du bilan questionnaire
R2	Le public s'arrête à tous les stands	70 % des personnes qui sont rentrées dans le parc sont passées à tous les stands	les animateurs des stands comptent le nombre de personne qui y sont passées y compris par le biais du jeu de piste (gommettes)
R3	Le public sensibilisé à la SI est présent	60 % des personnes interrogées sont sensibilisées à la SI	interview durant la journée (échantillonnage)
R4	les projets de l'association sont connus du public	50 % des participants au jeu de piste ont fait tous les stands	interview durant la journée (échantillonnage)
R5	Les personnes présentes restent sur le site	Au moins 70% des repas prévus ont été distribués 50% des personnes interrogées disent être satisfaits des animations proposées	argent dans la caisse du stand/stock restant à la fin de la journée interview durant la journée
R5	le public circule en sécurité	aucun accident grave n'est à déplorer à la fin de la journée	Pas d'intervention des pompiers
A1 R1	Co-concevoir l'événement avec les associations partenaires	réunion avec les partenaires -	valorisation du bénévolat
A2 R2	Mettre en place un jeu de piste	matériel de papeterie / bricolage	coût du matériel
A3 R3	Communiquer autour de l'évènement pour faire venir un public sensiblisé à la SI	flyers - mailing list - faire appel aux partenaires	coût impression flyers

LOGIQUE D'INTERVENTION		INDICATEURS OBJECTIVEMENT VERIFIABLES	SOURCES DE VERIFICATION
A4 R4	Animer les stands thématiques au travers des projets de l'association et des partenaires	tables - chaises - stand - matériel d'animation - plaquette de présentation de l'association	prêt de la mairie - coût du matériel animation - 2 bénévoles
A5 R5	Programmer des animations tout au long de la journée	matériel d'animation troupe théâtre	budget animation rémunération intervenants (ou bénévolat?)
A6-R5	proposer de la restauration	table - caisse - foyers - ustensiles cuisine - stand	prêt de la mairie - coût de la nourriture/stock
A7 - R2 R5	Organiser la logistique du site	bénévoles - barrières - wc sèches - point eau - groupe électrogène ou source d'énergie - poubelles - point de secours - service de sécurité- flécher les différents espaces sur le site	prêt de la mairie - partenariat association toilette sèches -

CADRE LOGIQUE ACTION 3 – STAND EVOLUTIF

LOGIQUE D'INTERVENTION		I.O.V.	SOURCES DE VERIFICATION
OG1	Accroître la notoriété de l'association auprès d'un public sensibilisé à la SI et au DD en Aquitaine	Augmentation significative (+ X%) du nombre de : bénévoles, adhésions, prêts solidaires, dons, inscrits à la newsletter, abonnés aux réseaux sociaux après une saison annuelle d'événements de SI	Fichiers de l'association
OS	Susciter l'intérêt des participants pour les projets de l'assocation	Au moins 1/3 des participants qui ont fini le jeu posent des questions aux animateurs Au moins 50% des personnes qui viennent au stand demandent une documentation	Carnet de notes des animateurs Nombre de supports de communication distribués
R1	L'association s'inscrit au sein de la dynamique locale	L'association s'inscrit dans au moins 2 événements inter-associatifs par an	Fichiers de l'association
R2	Le stand de l'association attire la curiosité des passants	Au moins X % du nombre de participants à l'événement interpellent les animateurs (en fonction de l'ampleur de la manifestation)	Chiffres de fréquentation Carnet de notes des animateurs
R3	les animateurs donnent envie de jouer aux passants qui se sont arrêtés.	Au moins 50% des passants à qui le jeu est proposé décident de jouer	Carnet de notes des animateurs
R4	Les participants prennent connaissance des projets de l'association	Les joueurs finissent le jeu	Carnet de notes des animateurs
R1-A1	S'inscrire dans une manifestation avec une thématique en lien avec les projets de l'association	Calendrier des événements	0 sauf si emplacement des stands payant
R2-A2	Création d'un stand original et attractif, type jeu de l'oie avec panneau évolutif	stand vierge organisé de manière à questionner les passants, une table, 4 chaises	Coût d'un stand
R3-A3	Former des bénévoles aux techniques d'animation du jeu	Au moins 2 bénévoles volontaires	X
R4-A4	Se servir du jeu comme support pour dévoiler les projets de l'association	2 plateaux de jeu - 2 jeux de cartes - 2 pions - 2 carnets de notes, grilles caddies ou panneaux	Coût 2 grilles-caddies doubles Coût d 'impression des panneaux de présentation

FICHE CAS PRATIQUE N°3 – AVANTAGES / INCONVENIENTS

- Pour analyser les forces et les faiblesses de l'évènement, en interne comme en externe, inspirez-vous de la trame ci-dessous. L'idée est de lister les éléments positifs et négatifs de votre action, autrement dit les avantages et les inconvénients de l'action, et son impact à terme.

- Dans l'approche projet, la grille AFOM signifie : **A**touts, **F**aiblesses, **O**pportunités et **M**enaces

- Le fait de poser sur papier tous ces éléments vous permettra de prendre en compte des données auxquelles vous n'auriez peut-être pas pensé.

- Cette grille peut également être utilisée pour comparer différents évènements et analyser leur complémentarité ou différences, choisir quel évènement serait plus propice selon le contexte.

- Trois fiches AFOM des cas pratiques World Café, Parcours déambulatoire et Stand évolutif vous sont présentés ci-dessous en support.

TRAME GRILLE AFOM		
Facteurs	**Positifs**	**Négatifs**
Internes à l'évènement	Atouts	Faiblesses
Externes à l'évènement	Opportunités	Menaces

AFOM ACTION 1 - WORLD CAFE

ATOUTS	FAIBLESSES
• Facilité d'atteindre le public cible • Cadre rassurant propice à la prise de parole • Permet des échanges authentiques même si les participants ne se connaissent pas • Facilité de mise en place • Fédérer les membres • Sujet et réflexion du débat, dans une démarche participative peut créer une synergie entre les participants • Résoudre des problématiques et aborder les thématiques de l'association • Facilite les échanges de savoirs et de compétences entre les acteurs de SI	• Demande un investissement durable des bénévoles puisque l'action sera reconduite de manière régulière (sur un an) • Evénement déjà proposé par d'autres associations • Bénévoles ayant déjà ou ayant envie d'acquérir des compétences en animation, ateliers débats • Action peu génératrice de revenus
OPPORTUNITES	**MENACES**
• Ancrage territorial, Développement, Dynamique vie locale • Possibilité de bénéficier du réseau et de l'expérience du lieu d'accueil • Evènement facilement reconductible • Membres de l'association acquièrent de nouvelles compétences • Elargir le réseau de partenaires de l'association, lieux associatifs, acteurs de SI	• Nécessité d'être dans une dynamique de débat • Difficulté à se démarquer et donc à susciter l'intérêt pour notre débat • Difficultés à reconduire l'action et les thématiques

AFOM ACTION 2 - PARCOURS DEAMBULATOIRE

ATOUTS	FAIBLESSES
• évènement original • Fédérer les membres de l'association à travers l'action • Donner la possibilité aux bénévoles de s'investir comme ils le souhaitent • Evénement qui génère des revenus pour l'association • Mutualiser les compétences de l'association avec les associations du réseau Aquitain • Travailler en lien avec des partenaires institutionnels • Communiquer sur les différents projets de l'association • Evènement ludique et accessible à tous • Répond aux engagements de l'association en matière d'Education Au Développement	• Projet plus ambitieux que le world café • Demande un investissement progressif en temps et en nombre • Logistique et tâches administratives importantes pour la préparation de la journée • Un budget conséquent pour la réalisation et la communication de cet évènement • Moyens déployés (humains / financiers) important par rapport à l'objectif (idée d'efficacité mais efficience modérée) • Peut toucher un plus large public au regard de l'objectif > public sensibilisé
OPPORTUNITES	**MENACES**
• Ancrage territorial ++ • Développement, dynamique locale ++ • Reconductible : Evénement phare de l'association • Tisser du lien avec les acteurs municipaux, selon la ville choisie • Augmenter les adhésions, les prêts solidaires de l'association • Possibilité de générer des partenariats inter-associatifs sur de nouveaux projets	• Evénement SI ouvert à tous : nécessité d'adapter le discours sur les stands destinés au public • Conditions climatiques : évènement en extérieur • L'événement est organisé parallèlement à d'autres manifestations • Les thématiques abordées n'intéressent pas le public sensibilisé

AFOM ACTION 3 - STAND EVOLUTIF

ATOUTS	FAIBLESSES
• Action interactive • L'implication du joueur le rend réceptif au discours de présentation • Contribue à répondre aux engagements de l'association en matière d'Education Au Développement • Permet une variété de supports de présentation (vidéo, photos, dessins, textes…) • Suscite la curiosité des passants • Peu coûteux et réutilisable • Mobilise peu de moyens humains • Vision globale des projets de l'association en peu de temps • Permet d'approfondir pour les personnes intéressées • Possibilité de ne pas jouer mais de regarder le déroulé du jeu	• Les animateurs doivent parfaitement maîtriser le déroulé du jeu • Nécessite une préparation approfondie • L'activité en elle-même n'est pas génératrice de revenus • Doit être actualisé régulièrement suivant l'évolution des projets de l'association • Le jeu de l'oie est un outil d'Education Au Développement déjà très utilisé
OPPORTUNITES	**MENACES**
• Le jeu peut s'inscrire dans différentes manifestations • Possibilité de se démarquer des autres stands de l'évènement : stand toujours en mouvement, qui attire le regard • Conduit naturellement à la présentation des moyens d'action : adhésions, bénévolat, prêts solidaires… • Jeu transposable en grandeur nature pour les évènements extérieurs • Possibilité de fédérer les adhérents à travers la co-conception	

FICHE OUTIL N°2 : QUAND ? OU ? AVEC QUOI ? AVEC QUI ?

- **Date : QUAND ?**

En fonction de l'objectif à atteindre et du public visé, la date la plus pertinente ne sera pas la même. En effet, les critères de sélection de la date dépendent des activités qui ont été imaginées, du public que l'on souhaite mobiliser et de l'objectif qui a été fixé.

Il est donc utile de constituer un calendrier de l'année qui permette de visualiser les périodes de vacances scolaires et étudiantes, les autres événements organisés sur le territoire, les jours de congés, les rendez-vous fiscaux….

Une fois la date déterminée, il est conseillé de mettre en place un planning qui organise dans le temps les étapes à suivre lors de la préparation et de l'organisation de l'événement.

- **Lieu : OU ?**

Le choix du lieu doit être fait en adéquation avec les activités envisagées, le public visé et la fréquentation attendue. Il peut être pertinent de choisir un lieu dont les activités habituelles sont en rapport avec l'événement envisagé, afin de pouvoir partager son savoir-faire et son réseau.

- **Etat des lieux : AVEC QUOI ?**

L'organisation d'un événement nécessite un ensemble de moyens humains, matériels et financiers. Il est important de faire un état des lieux des moyens que l'association peut consacrer effectivement à l'événement. Ce diagnostic interne permet de mettre en perspective les moyens disponibles et les moyens nécessaires et d'imaginer le cas échéant une stratégie pour trouver les moyens manquants.

Ainsi, il est conseillé à ce stade de se rapprocher des adhérents et bénévoles de l'association pour savoir qui est prêt à s'impliquer dans l'événement et dans quelle mesure. De même, il est important d'établir un budget prévisionnel des dépenses et des recettes de l'événement.

- **Partenaires : AVEC QUI ?**

Selon l'événement prévu, il peut être pertinent d'établir des partenariats avec d'autres acteurs. Il peut s'agir de collectivités territoriales, de partenaires privés, d'autres associations… Dans ce cas, les partenaires doivent être impliqués dès la phase de conception du projet et associés à toutes les étapes de son organisation.

FICHE CAS PRATIQUE N° 4 : REPRESENTATION VISUELLE DES ACTEURS

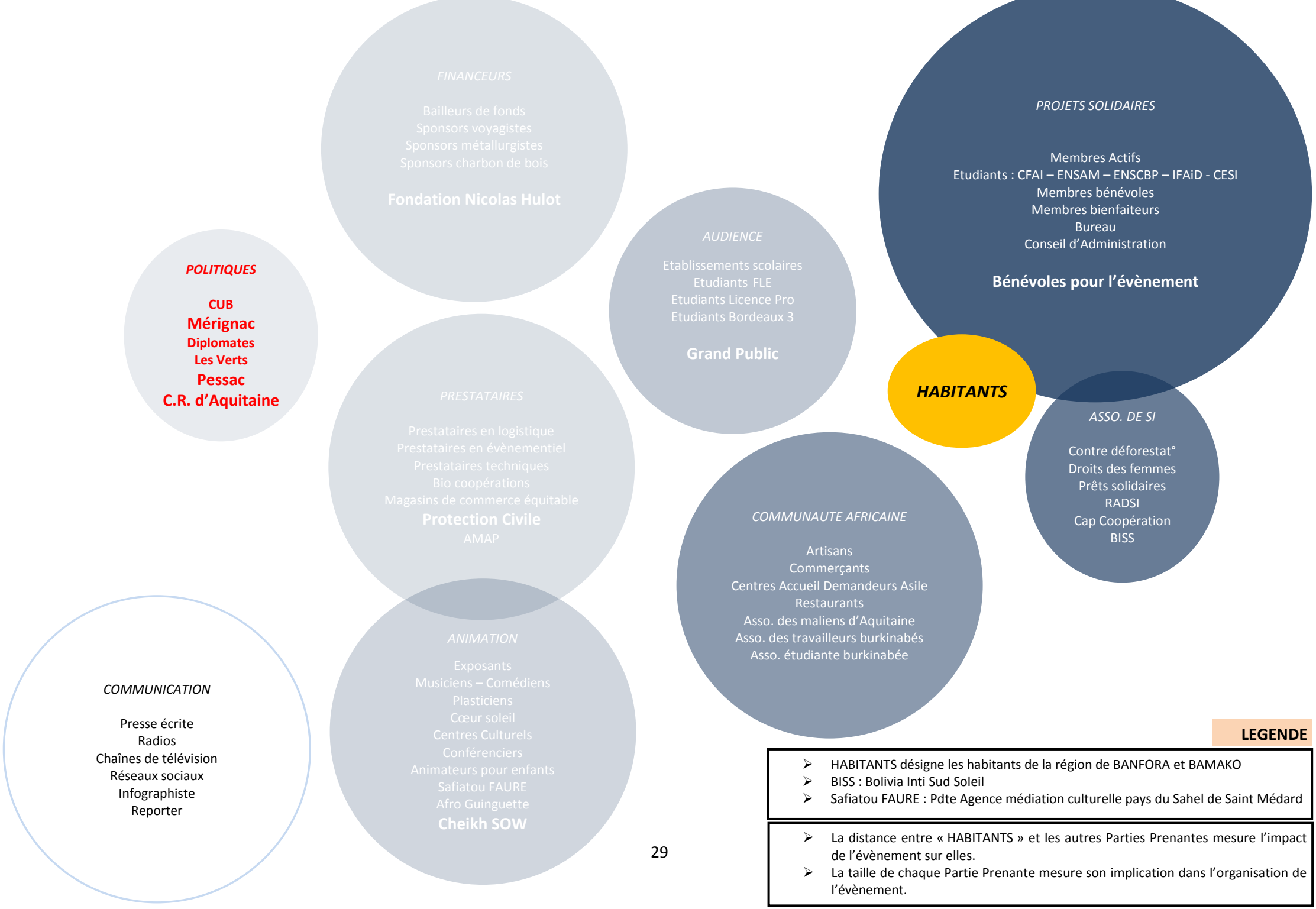
- Pour pouvoir identifier les différents acteurs qui seront de près ou de loin associés à votre évènement, vous pouvez l'illustrer par un schéma appelé en méthodologie « diagramme de Venn ». Le plus simple est de commencer par un brainstorming pour énumérer les différents acteurs qui pourraient être mobilisables et/ou touchés par votre évènement.

- Dans la logique projet, ces groupes cibles sont ainsi appelés « parties prenantes ». On entend par ce terme tout individu ou groupe de personnes, affecté directement ou indirectement par un projet, ayant intérêt ou non, à voir se produire un changement ou à maintenir une situation. Elles incluent les personnes, les groupes et les institutions ayant quelque chose à gagner par la mise en place d'un projet.

- Le principe est le suivant : sur un document Word, créez plusieurs bulles avec tous les acteurs ressortis de votre brainstorming. Placez en milieu votre public cible, celui qui vous souhaitez toucher lors de votre évènement. Ensuite, placez les autres bulles sur le schéma :

- Plus vos bulles sont proches de la bulle centrale public cible, plus les acteurs concernés sont directement touchés par votre évènement.
- Plus vos bulles sont grosses, plus les acteurs sont mobilisables et donc impliqués dans la mise en place de l'évènement.

- Voici un exemple : dans la mise en place d'un évènement associatif visant à développer la notoriété d'une association, l'acteur « communication » (presse, radios, etc.) sera le plus éloigné du centre (il ne sera pas directement touché par votre action). Cependant, il sera représenté par une très grande bulle car son implication est primordiale pour relayer votre évènement.



LEGENDE

- HABITANTS désigne les habitants de la région de BANFORA et BAMAKO
- BISS : Bolivia Inti Sud Soleil
- Safiatou FAURE : Pdte Agence médiation culturelle pays du Sahel de Saint Médard

- La distance entre « HABITANTS » et les autres Parties Prenantes mesure l'impact de l'évènement sur elles.
- La taille de chaque Partie Prenante mesure son implication dans l'organisation de l'évènement.

FICHE CAS PRATIQUE N°5 : CALENDRIER DES MANIFESTATIONS

- Pour trouver une date optimale à votre évènement, vous pouvez concevoir un calendrier des manifestations recensées sur le territoire Aquitain. Il faut penser à recenser le maximum d'évènements, même ceux ne s'inscrivant pas dans une démarche *solidarité internationale*.

- Une fois votre trame de calendrier établi, pensez à utiliser des codes couleurs pour différencier les types d'évènements ou périodes :

    - Les vacances
    - Les jours fériés
    - Les évènements culturels
    - Les évènements de Solidarité Internationale
    - Les évènements inter-associatifs
    - Les élections
    - …

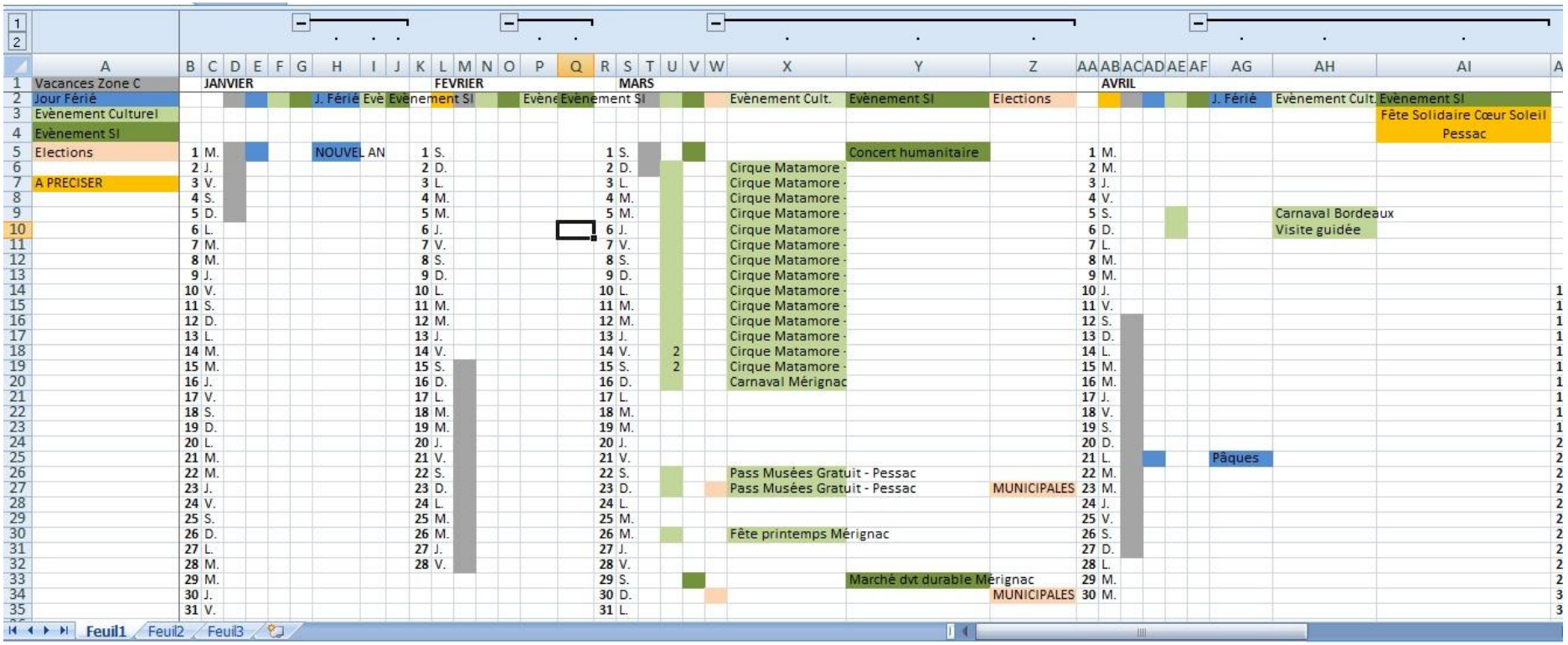
- Pensez à vous renseigner auprès des différentes mairies de Bordeaux, Mérignac et Pessac. Vous pouvez également contacter le RADSI, Réseau Aquitain pour le Développement et la Solidarité Internationale, concernant tous les évènements associatifs.

- Pensez à mettre à jour votre calendrier régulièrement afin de pouvoir anticiper sur les dates qui vous intéressent en fonction de votre évènement (sportif, associatif, tombola, etc.)

- Vous trouverez un fichier Excel en annexe numérique.

Exemple de calendrier réalisé sous Excel de tous les événements ayant lieu sur le territoire concerné. Il permet de déterminer en connaissance de cause la date la plus pertinente. L'exemple suivant ne fait apparaître que 4 mois, mais il peut être réalisé sur une année entière et réactualisé quand nécessaire.

Disponible en annexe numérique.



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	A
1	Vacances Zone C		JANVIER									FEVRIER							MARS										AVRIL								
2	Jour Férié							J. Férié	Evè	Evènement SI						Evène	Evènement SI						Evènement Cult.	Evènement SI	Elections						J. Férié	Evènement Cult.	Evènement SI	
3	Evènement Culturel																																	Fête Solidaire Cœur Soleil	
4	Evènement SI																																	Pessac	
5	Elections	1	M.					NOUVEL AN			1	S.						1	S.						Concert humanitaire		1	M.							
6		2	J.								2	D.						2	D.					Cirque Matamore -			2	M.							
7	A PRECISER	3	V.								3	L.						3	L.					Cirque Matamore -			3	J.							
8		4	S.								4	M.						4	M.					Cirque Matamore -			4	V.							
9		5	D.								5	M.						5	M.					Cirque Matamore -			5	S.				Carnaval Bordeaux			
10		6	L.								6	J.						6	J.					Cirque Matamore -			6	D.				Visite guidée			
11		7	M.								7	V.						7	V.					Cirque Matamore -			7	L.							
12		8	M.								8	S.						8	S.					Cirque Matamore -			8	M.							
13		9	J.								9	D.						9	D.					Cirque Matamore -			9	M.							
14		10	V.								10	L.						10	L.					Cirque Matamore -			10	J.							1
15		11	S.								11	M.						11	M.					Cirque Matamore -			11	V.							1
16		12	D.								12	M.						12	M.					Cirque Matamore -			12	S.							1
17		13	L.								13	J.						13	J.					Cirque Matamore -			13	D.							1
18		14	M.								14	V.						14	V.		2			Cirque Matamore -			14	L.							1
19		15	M.								15	S.						15	S.		2			Cirque Matamore -			15	M.							1
20		16	J.								16	D.						16	D.					Carnaval Mérignac			16	M.							1
21		17	V.								17	L.						17	L.								17	J.							1
22		18	S.								18	M.						18	M.								18	V.							1
23		19	D.								19	M.						19	M.								19	S.							1
24		20	L.								20	J.						20	J.								20	D.							2
25		21	M.								21	V.						21	V.								21	L.					Pâques			2
26		22	M.								22	S.						22	S.					Pass Musées Gratuit - Pessac			22	M.								2
27		23	J.								23	D.						23	D.					Pass Musées Gratuit - Pessac		MUNICIPALES	23	M.								2
28		24	V.								24	L.						24	L.								24	J.							2
29		25	S.								25	M.						25	M.								25	V.							2
30		26	D.								26	M.						26	M.					Fête printemps Mérignac			26	S.								2
31		27	L.								27	J.						27	J.								27	D.							2
32		28	M.								28	V.						28	V.								28	L.							2
33		29	M.															29	S.						Marché dvt durable Mérignac		29	M.							2
34		30	J.															30	D.							MUNICIPALES	30	M.							3
35		31	V.															31	L.																3

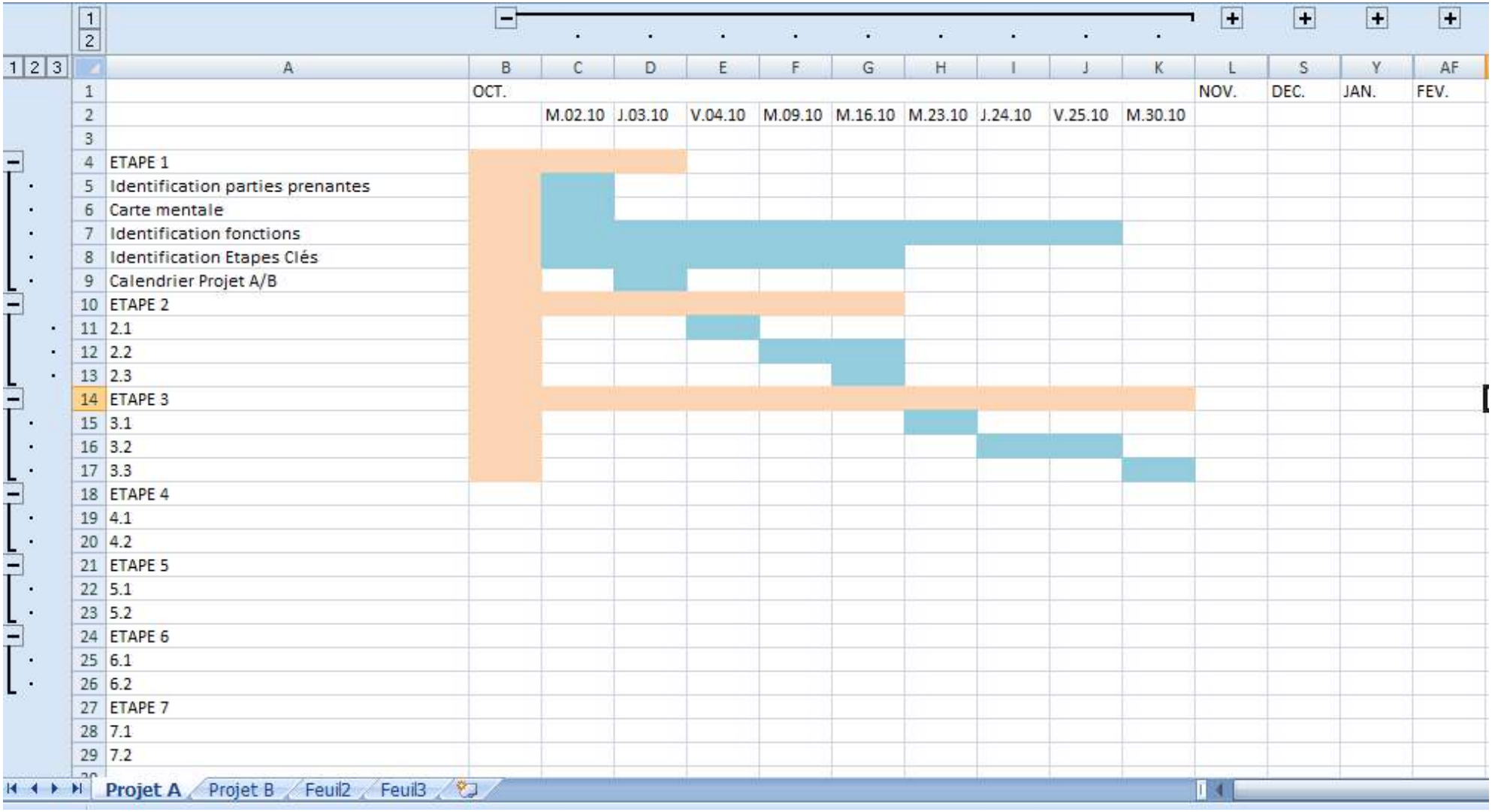
FICHE CAS PRATIQUE N° 6 : PLANIFICATION DES ACTIVITES

- Pour planifier et organiser toutes les étapes de votre évènement, pensez à réaliser un planning.

- Identifiez premièrement toutes les grandes étapes nécessaires : organisation, communication, logistique, etc. Pensez aux codes couleurs pour simplifier votre démarche : représentez le début et la fin d'une étape (ci-dessous en rose), puis découpez chaque étape par tâche nécessaire à sa bonne réalisation (ci-dessous en bleu). Positionnez ces tâches par jour.

- Vous pourrez alors avoir une vue d'ensemble du travail à accomplir jusqu'au jour J évènement.

Cet outil réalisé sous Excel permet de visualiser à la fois les tâches à effectuer à chaque séance de travail prévue, à la fois l'organisation dans le temps de chaque étape du processus de conception et d'organisation de l'événement. A vous de l'adapter à votre projet.



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	S	Y	AF
1		OCT.										NOV.	DEC.	JAN.	FEV.
2			M.02.10	J.03.10	V.04.10	M.09.10	M.16.10	M.23.10	J.24.10	V.25.10	M.30.10				
3															
4	ETAPE 1														
5	Identification parties prenantes														
6	Carte mentale														
7	Identification fonctions														
8	Identification Etapes Clés														
9	Calendrier Projet A/B														
10	ETAPE 2														
11	2.1														
12	2.2														
13	2.3														
14	ETAPE 3														
15	3.1														
16	3.2														
17	3.3														
18	ETAPE 4														
19	4.1														
20	4.2														
21	ETAPE 5														
22	5.1														
23	5.2														
24	ETAPE 6														
25	6.1														
26	6.2														
27	ETAPE 7														
28	7.1														
29	7.2														

Projet A | Projet B | Feuil2 | Feuil3

FICHE PRATIQUE N°7

- L'outil suivant est un répertoire des associations de Solidarité Internationale présentes sur le territoire aquitain. Il a été réalisé à partir du fichier contacts du RADSI. En fonction des partenaires recherchés, vous pouvez enrichir l'outil et utiliser d'autres ressources. Il est possible de sélectionner les associations en fonction de plusieurs critères : géographique, domaine d'intervention… à l'aide d'un tableau Excel et de filtres.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
2	NOM	NOM CONTACT	FONCTION	ADRESSE SIEGE	DEPT	CODE PC	VILLE	CONTA	SITE INTERNET	TEL 1	TEL 2	DOMAINE INTERVENTION
3	ARTISANS DU MONDE BAB	Bernard SEGUETTE	Président	10, Av. Charles FLOQUET	64	64200	BIARRITZ	biarritz@atisansdumonde.(		05 59 54 02 81		EAD
4	ASSOCIATION D'IDEES	Armelle GOMEZ	Présidente	19, Av. des Pyrénées	64	64100	BAYONNE	assodid@gmail.com			06 74 68 03 88	EAD
5	BATIK AMITIE	Alain PALU	Président	14 bis, Av. des Sapinettes	33	33127	MARTIGNAS SUR	alain.	www.batik-martigna:	05 56 78 07 58	06 82 19 50 44	ENVIRONNEMENT
6	BOLIVIA INTI SUD SOLEIL			11, Lieu-dit Baudron	33	33570	MONTAGNE	martir	www.boliviainti-sud:	05 57 74 66 26		ENVIRONNEMENT
7	BOUGE TON CŒUR	Marie Capucine CARLES		196, rue Sainte Catherine	33	33000	BORDEAUX	bouge	www.bougetoncoeur.fr		06 88 87 97 33	EAD
8	BSF France Bénin	Patricia DUTREUIL		Village d'AAS	64	64440	EAUX BOONES	bsf.france.benin@gmail.cor		05 59 05 46 73	06 70 00 94 74	EAD
9	CAFE MICHEL	Michel GELIS		156, Av. Jean Jaures	33	33600	PESSAC	contac	www.scopcafemiche	05 56 93 13 83		COMMERCE EQUITABLE
10	CCFD 24	Pierre GUINARD		Maison diocesaine, 28 avenue G	24	24000	PERIGUEUX	ccfd24	www.ccfd.asso.fr	05 53 07 58 12		EDUCATION AU DEVELOPPEMENT/PLAIDOYER
11	CCFD Gironde	Samuel CHOPART						ccfdgi	www.ccfd.asso.fr	05 56 96 69 83		EDUCATION AAU DEVELOPPEMENT SI/COMMERCE EQUITABLE
12	CCFD LOT ET GARONNE	Janine RESTE						ccfd.cd47@wanadoo.fr		05 53 47 85 91		EDUCATION AU DEVELOPPEMENT
13	Application Effective -			23 rue du complexe sportif	33	33240	GAURIAGUET	clmon	www.cdae-dudh.vpweb.fr		06 05 34 17 50	DEFENSE DES DROITS
14	CŒUR SOLEIL			Maison des associations 19 aver	33	33600	PESSAC	coeurs	www.coeur-soleil.or	05 56 46 26 01		Education au développement ; Activités culturelles
15	COMITE PALESTINE 33	Guy MALLIE		27, rue de Belgique, 33800 Bordea	33	33800	BORDEAUX		palestine33@laposte.net			EAD Plaidoyer

	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	
2	ENFANCE	EAD	ENVT	SOC	DEVT	ESS	COMM. EQ.	PLAIDOYER	SANTE	CULTURE	EDUC	DH	FORMAT°	France	EUROPE	AM. DU SUD	AFRIQUE	ASIE	CARAIBES	MOYEN ORIENT	PAYS	EXEMPLES D'ACTION
3		x					x							x			x					Réseau de 140 adhérents
4		x												x								
5		x	x						x	x				x							SENEGAL	envoi matériel médical/stand marchév
6			x		x					x	x		x			x					BOLIVIE - PEROU - CHILI - ARGENTIN	Appui à la création et à l'utilisation de
7	x	x												x	x						ROUMANIE	Organisation de vacances pour des enf
8	x	x												x			x				BENIN	Création d'un foyer d'accueil et d'hébe
9							x							x		x	x		x			Promotion du Commerce équitable aup
10		x						x						x		x	x					Lycéens citoyens solidaires/Semaine d
11		x					x							x	x	x	x	x	x			
12		x												x								Aniamtions scolaires/lobbying/soirées

PARTIE 2 : COMMUNICATION

- Etape incontournable, l'action de communication est prévue en amont et bénéficie de moyens au même titre que les autres phases du projet. Organiser un événement, y mettre toute son énergie de bénévole c'est bien, encore faut-il que le public soit au rendez-vous ! Il ne suffit pas de savoir faire, mais aussi de faire savoir.

- Annoncer, inviter, rédiger un communiqué de presse, écrire sur un forum Internet, concevoir une affiche, assurer une bonne signalétique etc., sont autant d'actions indispensables à la réussite d'un projet.

- Dans cette partie, vous trouverez des fiches outils et des pistes de réflexion pour élaborer une bonne stratégie de communication, s'inscrivant dans une démarche éco-responsable.

FICHE OUTIL N°3 - PLAN D'ACTION DE COMMUNICATION

Afin d'optimiser au mieux la communication autour de votre évènement, il est important de monter un plan d'action. Pour se faire, il est nécessaire d'identifier :

- Les activités
- Les responsables des activités
- Quelles tâches sont nécessaires pour la réalisation de l'activité ?
- Par rapport au jour J événement, où se place l'activité ?
- Quelles sont les ressources à mobiliser ?

Responsable	**Activités**	**Tâches**	**Echéance**	**Ressources à mobiliser**
Jean Dupont	Concevoir une affiche	Ecrire le texte	J -60 j	Graphiste et imprimeur
Marie Dubois	Installer la signalétique	Positionner les panneaux sur le quartier	H -2 h	2 bénévoles
…	…	…	…	…

FICHE OUTIL N°4 : IMPRESSION FLYERS ET AFFICHES

Il est essentiel de correctement quantifier le nombre de supports dont vous aurez besoin. Celui-ci sera déterminé en partie par la portée de votre événement et sur la base des retours d'expériences des années précédentes.

DEMARCHE ECO-RESPONSABLE	
Minimisez les dimensions de vos supports (plan d'accès, programmes, affiches, prix…). Par exemple, faites imprimer sur un format A6 recto-verso plutôt qu'un A5 recto uniquement.	Au-delà de l'imprimeur, le choix du support est fondamental. Ne faites imprimer vos supports papier que sur du recyclé (Cyclus), sans pelliculage et le plus fin possible. (ex. flyer ≤ 90 g/m2).
Les encres ont également un impact environnemental important. Demandez exclusivement l'impression avec des encres végétales (grandes séries en Offset) ou « HP Latex »	Lors de la conception graphique, limitez les aplats de couleurs, utilisez au maximum le fond blanc du papier et n'écrivez pas pour économiser l'encre.
Sélectionnez au minimum un imprimeur marqué « Imprim'vert », ISO 14001 ou prouvant ses engagements environnementaux. Hormis l'interdiction de produits toxiques et la sensibilisation des clients, « Imprim'vert » se contente de faire respecter la réglementation.	Privilégiez les supports réutilisables (ex. plastifiés) sur lesquels vous ne mentionnez que ce qui change d'une année sur l'autre (dates, têtes d'affiche...), ce que font par exemple les cirques sur leurs panneaux d'annonce.
N'affichez pas de manière sauvage mais utilisez des espaces dédiés à cet effet.	Pendant votre événement, installez des « points infos », plutôt que de distribuer des flyers à outrance.
Après votre événement, récupérez autant que possible les documents distribués pour que vous soyez assuré qu'ils soient bien recyclés.	Si vous distribuez des flyers sur votre événement, disposez à la sortie des bacs de collecte pour réutiliser ceux qui sont en bon état. Sinon, mettez à proximité une poubelle destinée aux déchets recyclés.

FICHE OUTIL N°5 : REPERTOIRE IMPRIMEURS RESPONSABLES

Carnet d'adresses Imprimeurs « Imprim'vert »

Korus édition	EYSINES (33) 05 56 16 18 80 www.korus-edition.com info@kedition.fr
imprimerie NOFAL	La Teste de Buch (33) 05 57 52 75 57 www.nofalgroup.com nofal@imprimerie-nofal.fr
BLF impression	Le Haillan (33) 05 56 13 13 00 www.blfimpression.fr contact@blfimpression.fr
Imprimerie Laplante	Mérignac (33) 05 56 97 15 05 http://laplante.pagesperso-orange.fr info@laplante.fr
Imprimerie du Bois de la grave	Saint-Médard-en-Jalles 05 56 05 26 09 www.imprimerie-bois-grave.fr imp.boisdelagrave@wanadoo.fr
Imprimerie SODAL	LANGON (33) 05 56 63 19 63 www.imprimerie-sodal.com sandrine.sodal@wanadoo.fr

FICHE OUTIL N°6 - COMMUNIQUE DE PRESSE

- Un article, une interview ou un reportage réalisés par un journaliste constituent des moyens efficaces pour créer une image positive, assurer le succès à une action et contribuer à la pérennité d'une association. Solliciter la presse sur des temps forts, oser proposer des idées de sujet ou de projet : il faut savoir créer l'événement et rebondir sur l'actualité nationale pour la décliner au niveau local.

Le contenu	• Le communiqué est clair, concis, précis. Ce n'est qu'un premier contact, qui doit susciter des demandes d'informations complémentaires et des interviews. • L'information doit sauter aux yeux. Dès le titre, l'actualité annoncée apparaît. Le message essentiel est contenu dans les cinq premières lignes avec la réponse aux questions Qui ? Quoi ? Où ? A qui ? Par quels moyens ? Pourquoi ? Comment ? Quand ? Il est ensuite développé avec des arguments positifs
Conseils	• Employez des mots de tous les jours et écrivez des phrases courtes. • Donnez de l'information, des faits, des nouveautés, des chiffres, des noms.
La présentation	• Sa présentation est soignée et simple avec un titre et un chapeau de une à trois phrases. Situé sous le titre, il annonce les principales informations développées dans le communiqué. Les paragraphes sont courts, séparés par des sauts de ligne, les marges importantes et le texte aéré • Le haut du communiqué, indique l'en-tête de l'association, son logo, la mention «communiqué de presse» et la date. • Le bas du communiqué est réservé au contact immédiatement repérable : les coordonnées de la personne que le journaliste peut contacter pour en savoir plus (nom, qualité, téléphone, courriel), ainsi que l'adresse du site Internet de l'association
Conseils	• Dactylographiez le communiqué sous la forme maxi de 25 lignes, sur une seule page • Concentrez-vous particulièrement sur les 2 accroches, titre et chapeau
La diffusion	• Une sélection des médias susceptibles de relayer au mieux l'information est indispensable. Le communiqué de presse est envoyé de préférence au rédacteur en chef ou à un journaliste précis si vous avez un contact particulier. • Une semaine à dix jours suffisent pour les quotidiens et la radio. Quant aux hebdomadaires, aux mensuels ou à la télévision, le délai varie selon le média.
Conseils	• Actualisez régulièrement votre fichier de journalistes à partir de l'ours des journaux (ensemble des informations regroupées en début ou en fin d'un support de presse), d'un article signé ou d'une émission animée. • Créez un espace presse sur le site Internet de votre association avec les communiqués édités, des photos et images en haute et basse définition, les coordonnées des personnes à contacter. Si votre structure ne dispose pas de site, précisez si vous avez des photos à disposition. • Ne demandez jamais la relecture finale. • Privilégiez l'envoi du communiqué de presse par courriel.

PARTIE N° 3 : GESTION ET LOGISTIQUE

- L'organisation de la gestion de l'évènement et de la logistique est une étape cruciale au bon déroulement du projet.

- Plusieurs thématiques seront traitées : Accès et Transports, Gestion des déchets, Alimentation, Equipements et Fournisseurs.

- Le guide met l'accent sur les pratiques éco-responsables.

FICHE OUTIL N°7 – ACCES ET TRANSPORTS

Informer sur les modes de transport alternatifs (trains, bus, vélo, covoiturage) suffit parfois à faire prendre conscience de l'existence d'alternatives aux pratiques habituelles. Néanmoins, pour que le public utilise des modes de transport doux, il est souvent nécessaire de mettre en place un dispositif développé et bien visible.

Covoiturage

Il s'agit d'inciter les participants à réduire le nombre de véhicules personnels pour leur venue sur la manifestation. Dans ce cadre, plusieurs démarches peuvent être entreprises :

- Contacter les associations ou entreprises de covoiturage locaux ou nationaux,
- y inscrire l'évènement via leur site internet local ou national et
- communiquer en créant un lien sur votre propre site.
- Inciter à faire du covoiturage sur les supports de communication.
- Dédier une partie du forum du site Internet de votre évènement au covoiturage.
- Mettre en place un point info transport sur lequel un tableau permet aux
- participants de laisser une proposition ou une demande de trajet.

Transports collectifs

Il est également indispensable de proposer, autour de l'évènement, une offre de transports en commun permettant de diminuer de façon significative l'utilisation des voitures :

- Nouer un partenariat avec les collectivités locales compétentes en matière
- de transport collectif (villes, communauté de communes, conseils généraux,
- régions…) pour la mise en place d'horaires et de tarifs préférentiels
- pour desservir la manifestation.
- Inciter les participants à utiliser les transports en commun sur les supports
- de communication : exemple en mettant une phrase du type « Pensez
- à utiliser les transports en commun pour venir ! », en précisant bien les
- différents moyens s'offrant à eux (horaires de train, tarifs…).
- Dédier une partie du site internet de l'évènement aux conditions d'accès
- en mettant en valeur les modes de transports doux.
- Mettre en place des navettes spéciales pour venir sur l'évènement, ou des
- navettes entre le site et la gare (ou l'arrêt de bus grande ligne) la plus
- proche : rotations avec minibus électriques ou à gaz. Si la taille du site le
- nécessite, il est possible de mettre en place des navettes d'un lieu de l'évènement
- à un autre (exemple du camping au site central).

FICHE OUTIL N°8

ACCESSIBILITE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

- Dans cette partie, il est important de se mettre à la place des personnes handicapées et de voir si elles peuvent profiter de votre événement autant qu'une personne valide.

- Pour vous accompagner dans cette réflexion, n'hésitez pas à travailler en collaboration avec des associations ou organismes qui vous donneront leurs recommandations et vous transmettront précisément les réglementations applicables à votre événement.

- Les personnes handicapées ne sont pas uniquement celles se déplaçant en fauteuil roulant.

Pistes de réflexion	
Soyez attentif à ce que les services de l'événement soient accessibles aux personnes handicapées (toilettes, restauration, visibilité de la scène ou du terrain,…).	Dédiez des bénévoles à l'accompagnement des personnes handicapées.
Précisez sur vos documents de communication que votre événement est adapté à l'accueil de ce public.	Créez un emplacement spécifique pour ces personnes à proximité des animations.
À l'entrée de l'événement, indiquez par un affichage et un bénévole toutes les actions mises en place ainsi que les positions de ces outils sur les lieux.	…

FICHE OUTIL N°9 : EQUIPEMENT

- De manière générale, évitez le jetable et favorisez le durable. En adaptant votre organisation cette recommandation, vous y gagnerez d'un point de vue économique et écologique.

Pistes de réflexion	
Utilisez des lampes « basse consommation » ou LED de qualité. Il existe des modèles puissants qui consomment 7 à 12 fois moins d'électricité qu'une lampe « classique ».	Pour la décoration, privilégiez les produits réutilisables, sinon fabriqués avec des matériaux récupérés ou recyclés (carton, palettes...) et fabriqués localement. Pensez aussi à aller chiner dans les recycleries.
Evitez de fournir des bouteilles d'eau minérale, favorisez les gourdes et les bidons réutilisables.	Remplacez les gobelets jetables par des gobelets réutilisables consignés. Vous réduirez jusqu'à 80% le volume de déchets.

Système de consignes des verres

Affiche pour le système de consigne des gobelets réutilisables - © Eko-think

FICHE OUTIL N°10 : REPERTOIRE FOURNISSEURS

- **Eclairages économes**

Ateliers Lumière	MERIGNAC (33) Tél : 05 56 43 10 10 ateliers@ateliers-lumiere.com www.ateliers-lumieres.com
A-Live	BORDEAUX (33) Tél :05 56 80 81 76 contact@a-live.fr www.a-live.fr

- **Gobelets réutilisables**

Baso Berri	ANGLET (64) Tél : 05 59 48 30 16 contact@alternatiba.org www.basoberri.com/
Ecocup	CERET (66) www.ecocup.fr
Escarboucle	AUBEVILLE (16) Tél : 05 45 61 02 75 www.escarboucle.com contactbio@escarboucle.com

- **Vaisselle réutilisable**

Ecocup	CERET (66) www.ecocup.fr
Elémen'Terre	TOULOUSE (31) www.elemen-terre.org
Emmaüs	PAREMPUYRE (33) Tél : 05 56 35 25 26

FICHE OUTIL N°11 : ALIMENTATION

- Sélectionnez autant que possible des produits locaux, bio labellisés, issus du commerce équitable.
- Vous éviterez ainsi d'importantes émissions de gaz à effet de serre dues aux transports et à l'agriculture.

Pistes de réflexion	
Interdisez les emballages unitaires (canettes, bouteilles,Tetra-pack…) et achetez en grand volume vous permettra de limiter les emballages (ex. les boissons en fût).	Proposez des jus de fruits locaux (pomme, poire, raisin…) pour remplacer les jus de fruits exotiques (ananas, orange...).
Evitez de fournir des bouteilles d'eau minérale, favorisez les gourdes et les bidons réutilisables.	Remplacez les gobelets jetables par des gobelets réutilisables consignés. Vous réduirez jusqu'à 80% le volume de déchets.

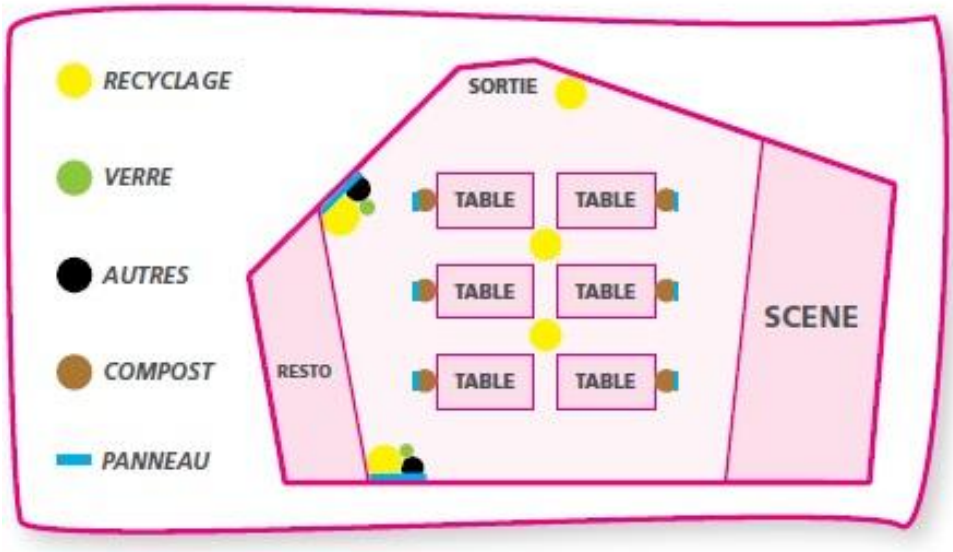
FICHE OUTIL N°12 : REPERTOIRE ALIMENTATION

Fruit'andises Bio Attitude	Captieux (33) 09 51 90 75 61 www.fruitandises.com s.trillaud@fruitandises.com
Aux Graines d'assiettes	Cestas (33) 06 73 33 87 47 http://auxgrainesdassiettes.sup.fr auxgrainesdassiettes@yahoo.fr
La Cuisine de Laurence	Cissac-Médoc (33) 06.56.59.51.64 ou 06.23.34.67.09 http://delabouchealaterre.blogspot.com/ laurencedessimoulie@hotmail.com
A Table naturellement	Saint-Hilaire de Villefranche (17) 05 46 90 61 42 / 06 74 03 54 82 www.atable-naturellement.fr info@atable-naturellement.fr
Novebio	Arcachon (33) 05 56 83 52 76 http://novebio.free.fr novebio@free.fr
A table naturellement	Saint-Hilaire de Villefranche (17) 05 46 90 61 42 / 06 74 03 54 82 www.atable-naturellement.fr info@atable-naturellement.fr

FICHE OUTIL N°13 : GESTION DES DECHETS

Pistes de réflexion	
Avant l'évènement…	
Réalisez une « écocarteTM » indiquant les emplacements stratégiques des poubelles (volume et type de flux) et de leurs éléments de communication – voir fiche éco-carte	En général, préférez installer plusieurs « petites » poubelles plutôt qu'une seule trop « grosse ». Leur manutention et le contrôle du tri seront ainsi plus aisés.
Installez au minimum 2 types de poubelles différentes correspondant aux consignes de tri de votre syndicat local de collecte des déchets. Des poubelles à verre et compost sont fortement recommandées pour les marchés, la restauration, le catering…	Listez et réalisez l'ensemble du matériel nécessaire (poubelles, panneaux d'indication...), ainsi que le planning prévisionnel des tâches à effectuer.
Utilisez des poubelles aux couleurs habituelles du système de tri local.	Pour faciliter la compréhension du tri, accrochez au dessus des poubelles de véritables exemples de déchets à jeter dedans
Après l'évènement…	
Veillez à ne laisser aucun déchet joncher le sols. Au besoin, organisez un temps de contrôle et de remise en état du site avec des bénévoles.	Organisez l'évacuation des déchets en partenariat avec votre syndicat local de collecte des déchets.

- Exemple de fiche éco-carte à mettre à l'entrée de votre évènement :



Exemple d'écocarte™ pour définir les emplacements des diférentes poubelles - © Eko-think

FICHE OUTIL N°14 : REPERTOIRE GESTION DES DECHETS

Quadria **(bacs, sacs etc…)**	Saint Jean d'Illac (33) 05 57 97 75 00 quadcontact.site@orange.fr www.quadria.biz
Escarboucle **(sacs poubelle biodégradables...)**	Aubeville (16) 05 45 61 02 75 www.escarboucle.com contactbio@escarboucle.com
SARL Aphesteguy **(sacs poubelles couleur)**	Arbonne (64) 05 59 41 94 83 sarl.aphesteguy@free.fr
Ecocup **(Cendriers de poche)**	Céret (66) www.ecocup.fr

PARTIE 4 – REGLEMENTATION ET SECURITE

- L'organisation d'un événement suppose une prise de responsabilités.

- Cette partie vous présente les démarches réglementaires à effectuer et les réglementations à connaître en tant que structure associative organisatrice.

FICHE OUTIL N° 15
DEMARCHES REGLEMENTAIRES AVANT LA MANIFESTATION

- **Mairie**

- Demander l'autorisation d'organiser la manifestation.
- Demander l'autorisation d'ouvrir un débit de boissons occasionnel (s'il y a lieu) y compris les demandes dérogatoires pour les enceintes sportives ou les écoles.
- Prendre connaissance des différents arrêtés préfectoraux et municipaux règlementant les conditions de déroulement des manifestations : dispositions en matière de sécurité, annonces par haut-parleurs, distribution de tracts, etc. Dans les meilleurs délais.

- **Préfecture ou Sous-préfecture**

- Demande d'autorisations, concernant notamment l'organisation de rallyes, cross, courses cyclistes, vols d'avions, de montgolfières

• 1 mois avant la date de la manifestation si l'épreuve est soumise à déclaration.

• 3 mois avant la date de la manifestation si l'épreuve est soumise à autorisation.

- Déclaration pour les manifestations politiques, syndicales ou revendicatives.

• Entre 3 et 5 jours avant la date de la manifestation.

- **Gendarmerie ou Commissariat de police**

- Déclarer la manifestation. Information préalable.
- Demander le passage d'une ronde de police au cours de la manifestation. Dans les meilleurs délais.

- **Assurance**

- S'assurer que son contrat couvre bien la manifestation, sinon demander un avenant.
- Vérifier la date de mise en œuvre de l'assurance avec l'assureur.

- **Droits d'auteur**

- Demander l'autorisation d'utiliser les créations (dessins, photos, textes, musiques, logiciels...) à l'organisme gérant les droits de l'auteur concerné (SACEM, SACD...).
- Dans un délai de 10 jours.

- **Vente au déballage**

- Demander l'autorisation préfectorale (plus de 300 mètres carrés) ou municipale (moins de 300 mètres carrés). De 5 à 3 mois avant la vente.

- **Guichet Unique du Spectacle Occasionnel—GUSO**

- Si l'association organisatrice emploie occasionnellement des artistes et techniciens du spectacle s'adresser au GUSO. Au minimum 8 jours avant la manifestation.

- **Mouvement sportif**

- Inscription au calendrier (et règlements spécifiques, arbitres, etc). Quelques jours avant la manifestation.

FICHE OUTIL N°16
DEMARCHES REGLEMENTAIRES PENDANT LA MANIFESTATION

L'association organisatrice devra respecter et faire respecter les arrêtés préfectoraux et municipaux existant en matière de manifestations publiques : règles de sécurité, d'hygiène, de salubrité, respect de l'heure de fermeture, respect de la capacité légale d'accueil de la salle ou du chapiteau, respect des règles de surveillance, limitation éventuelle du nombre des entrées…

- Respecter les dispositions du Code général des débits de boissons et des mesures de lutte contre l'alcoolisme.
- Respect des heures de fermeture.
- Interdiction de donner de l'alcool à des gens manifestement ivres, à des mineurs.
- Interdiction formelle de recevoir dans la salle des personnes déjà en état d'ébriété.

En cas d'incident Si un incident devait se produire (bagarre, désordres...), les organisateurs ne disposent légalement d'aucun pouvoir de police.

- Prévenir le maire immédiatement.
- Prévenir directement la police ou la gendarmerie en cas d'incident majeur.

FICHE OUTIL N°17
DEMARCHES REGLEMENTAIRES APRES LA MANIFESTATION

- **Au plus tard dans les 8 jours qui suivent.**

➢ Relevé de billetterie et archivage.

- **Dans les 10 jours**

➢ Droits d'auteurs.
➢ Etablir l'état des recettes et dépenses
➢ Etablir le programme des œuvres interprétées et l'envoyer à la SACEM.
➢ Charges sociales : faire parvenir les bordereaux avec les paiements aux différents organismes.
➢ Renvoyer le formulaire GUSO dans les quinze jours suivant la fin du contrat de travail accompagnée du règlement des cotisations sociales.

- **Dans les 15 jours.**

➢ Registre de la vente au déballage
➢ Chaque registre doit être coté et paraphé par le maire et transmis impérativement après la manifestation, à la préfecture.

FICHE OUTIL N° 18 - REGLEMENTATION VENTE DE BOISSONS

- La vente d'alcool est en principe interdite, à moins de posséder une licence.

- Cependant, la loi de finances 2001 parue au J.O. du 31 décembre 2000 a donné compétence aux maires pour accorder des dérogations temporaires d'ouverture de buvettes (des deux premiers groupes)

- Les associations qui établissent des cafés ou débits de boissons pour la durée des manifestations publiques (La notion de fête publique est étendue à toute manifestation organisée par une association dès lors que le public y participe.) qu'elles organisent doivent obtenir l'autorisation du maire.

- Le législateur n'a pas prévu de limitation dans la durée des autorisations, par contre elles seront limitées à 5 par an pour chaque association et pour les groupements sportifs à concurrence de 10 par an, à condition que les manifestations aient lieu dans des installations sportives.

- Dans ces débits de boissons temporaires ne peuvent être vendues ou offertes que les boissons des deux premiers groupes c'est-à-dire les boissons sans alcool et les boissons fermentées non distillées.

- Les installations mises en place dans le cadre de l'article L.3334-2 doivent respecter les zones de protection (L.3335-1 du Code de la Santé Publique ex L.49 du Code des Débits de Boissons).

- Les débits de boissons temporaires avec alcool organisés dans le cadre de manifestations festives ne peuvent faire l'objet d'aucune publicité (affiches, tracts, presse…). Cette interdiction ne s'applique pas aux buvettes sans alcool.

FICHE OUTIL N°19 - REGLEMENTATION VENTE D'ALIMENTATION

- Dans le cadre de leurs 6 manifestations annuelles exceptionnelles, les associations ont l'habitude de proposer au public des produits alimentaires.

- **Ces activités sont soumises à une règlementation spécifique : l'arrêté du 9 mai 1995 relatif à l'hygiène des aliments remis directement aux consommateurs.**

- Ce texte concerne toute opération entre le détenteur d'un aliment et un consommateur particulier, qu'elle soit gratuite ou payante, régulière ou occasionnelle, réalisée par des professionnels ou des bénévoles. la fabrication de denrées élaborées destinées à la vente à emporter (charcuterie, pain, galettes, etc...)

- La première règle concerne **les locaux** pouvant être utilisée pour la préparation des denrées. Par leur conception, leurs dimensions, leur construction, leur agencement et leur entretien, **ceux-ci doivent présenter toutes les garanties permettant de prévenir contamination ou contact avec des substances toxiques.**

- **Les locaux et les équipements** doivent être maintenus constamment propres, être aérés et ventilés.

- **Les matières premières** doivent provenir de commerces de détail, de la grande distribution ou de grossistes. Il faut penser à vérifier les dates limites de consommation.

- **Les denrées** doivent être manipulées, entreposées, transportées et conservées dans des conditions évitant tout risque de les rendre impropres à la consommation : pas d'entreposage à même le sol ou en présence d'animaux, pas de sciure par terre, stockage des produits alimentaires et du matériel d'entretien dans des endroits distincts, filmage des produits sensibles...

- Il faut surtout **respecter les températures** de la fin de leur préparation jusqu'à la vente.

- **Les locaux** devront donc posséder des équipements frigorifiques de volumes suffisants, permettant notamment de ranger les denrées par catégories.

- **Le transport** ne peut se faire que dans des véhicules agrées par les services vétérinaires et munis d'un thermomètre.

  Viandes, abats, produits laitiers ≤ 4°Produits élaborés ≤ 4°C
  Produits réfrigérés (assiette de charcuterie, sandwichs) ≤ 4°C
  Produits de la mer et de la pêche ≤ 2°C
  Produits congelés ≤ - 15°C
  Produits surgelés et glaces ≤ - 18°C
  Plats cuisinés livrés chauds au consommateur ≥ + 63°C.

- **Le personnel**, même bénévole, doit disposer d'instructions précises sur l'hygiène et d'une tenue propre et adaptée: blouse claire, coiffure retenue par une coiffe, mains lavées régulièrement.

- **Les déchets** ne doivent pas être stockés dans une zone où sont entreposés des denrées alimentaires. Ils doivent être déposés dans des poubelles avec couvercles ou des sacs fermés hermétiquement.

- **Toute congélation artisanale** des denrées destinées à la vente à emporter est interdite.

- **Tout conditionnement** fait à l'avance relève d'une règlementation précise et le préemballage au moment de la vente doit se faire à la vue du client et assorti d'une précaution de consommation sans délai.

- **La vente directe de produits élaborés et la petite restauration de plein air (sandwichs, merguez ou saucisses...)**

- L**es installations** prévues pour la vente doivent présenter les mêmes garanties de sécurité alimentaire. **Les surfaces** en contact avec les aliments (comptoirs, tables...) doivent être conçues en matériaux lisses et faciles à nettoyer, voire à désinfecter **: le bois** est interdit.

- Po**ur la vente sur des stands,** les denrées doivent être protégées des pollutions extérieures (vitrine, auvent...). Il est recommandé d'utiliser de la vaisselle jetable.

- **Les produits** doivent être conservés dans les conditions de température règlementaires.

- En l'absence de point d'eau, une réserve d'eau potable (eau sur chlorée) doit être disponible pour se laver les mains.

- En ce qui concerne **les repas**, ils peuvent être préparé sur place par des professionnels ou les bénévoles de l'association. Les locaux doivent répondre aux normes définies plus haut (cuisines de salles des fêtes ou salle polyvalente). Il est conseillé de préparer les plats chauds le plus près possible du moment de la consommation pour éviter le refroidissement lent, source importante d'infection.

- En ce qui concerne **les repas**, ils peuvent être préparé sur place par des professionnels ou les bénévoles de l'association. Les locaux doivent répondre aux normes définies plus haut (cuisines de salles des fêtes ou salle polyvalente). Il est conseillé de préparer les plats chauds le plus près possible du moment de la consommation pour éviter le refroidissement lent, source importante d'infection. S'ils ne sont pas préparé sur place, ils doivent l'être uniquement par un professionnel déclaré titulaire d'un agrément ou d'une dispense d'agrément et transporté et conservé dans le respect des règles d'hygiène et de température : Le non respect des règles d'hygiène et de sécurité alimentaire engage la responsabilité pénale et civile des organisateurs.

FICHE OUTIL N° 20

REGLEMENTATION ORGANISATION DE TOMBOLA / LOTERIE

Les lotos, loteries, tombolas

- Les tombolas, les loteries et les lotos sont des jeux dont les gagnants sont désignés par le sort.
- On distingue ainsi la loterie ou le loto du concours, qui fait appel à des connaissances ou autres aptitudes.
- Cet élément est important car, contrairement aux concours, les loteries sont frappées d'une interdiction de principe. (Loi du 21 mai 1836 complétée par la loi du 9 mars 2004).
- La loi prévoit deux exceptions à cette interdiction de principe. Sont autorisées à titre exceptionnel et par dérogation les tombolas et loteries ayant un caractère associatif, les lotos traditionnels.

Les tombolas et loteries ayant un caractère associatif

- Les loteries d'objets mobiliers exclusivement destinées à des actes de bienfaisance, à l'encouragement des arts ou au financement d'activités sportives à but non lucratif peuvent échapper à l'interdiction de principe évoquée plus haut.
- Les tombolas et loteries sont soumises à autorisation, La demande d'autorisation est faite auprès de la préfecture

Les lotos traditionnels

- Egalement appelés « poules, gibiers, rifles ou quines », peuvent être organisés librement s'ils répondent aux conditions suivantes :
    - Etre organisés dans un cercle restreint
    - Répondre à un but social, culturel, scientifique, éducatif, sportif ou d'animation locale
    - Valeur des mises inférieures à 20 €
    - Ne mettre en jeu ni des sommes d'argent, ni des lots remboursables (il peut s'agir de bons d'achats non remboursables)

- Attention : Pour le ministère de l'intérieur, l'organisation du loto doit permettre de recueillir des fonds en vue de soutenir une cause moralement légitime (but d'intérêt social) et ne saurait servir d'habillage à une opération commerciale.

- La limitation des mises conduit à une limitation du produit des lotos, qui doit elle-même conduire à une limitation de la valeur des lots même si cette dernière n'est pas plafonnée. Il est conseillé aux dirigeants associatifs de limiter la valeur des lots en offrant par exemple des CD, DVD, livres, filets garnis, ordinateurs, consoles de jeux etc…

- Aucun texte ne limite le nombre maximum de lotos susceptibles d'être organisés ; toutefois, ces derniers ne doivent pas, par leur caractère répétitif, devenir une activité économique à part entière s'écartant alors d'un but social, culturel, scientifique, éducatif ou d'animation sociale.

- Les services fiscaux et les préfectures considèrent généralement qu'une association ne doit pas organiser plus de 3 lotos par an.

- Les associations organisant une tombola ou une loterie à l'extérieur du département où elles ont leur siège (cas des manifestations organisées par une fédération régionale sur plusieurs départements) ont intérêt à informer (sans solliciter une nouvelle autorisation) la Préfecture du lieu de la manifestation, afin d'éviter tout litige de dernière minute.

FICHE OUTIL N°21
REGLEMENTATION ORGANISATION DE BROCANTES

- Une "foire à la brocante", "vide greniers", "foire à tout" est une manifestation organisée dans un lieu public ou ouvert au public, en vue de la vente ou de l'échange d'objets mobiliers usagés, d'objets mobiliers acquis de personnes autres que celles qui les fabriquent ou en font commerce. Elle doit être considérée comme une vente au déballage et les mêmes règles de droit lui est applicable.

- Ces manifestations sont considérées comme des ventes au déballage et doivent faire l'objet d'une demande d'autorisation préalable.

- **Si la manifestation a lieu sur le domaine public, au moins 3 mois avant le début de celle-ci** l'organisateur adresse une déclaration préalable de vente au déballage par Lettre Recommandée avec demande d'Avis de Réception ou remise contre récépissé au maire de la commune dans laquelle l'opération de vente est prévue, en même temps que la demande d'autorisation d'occupation temporaire du domaine public (article R. 310-8 du Code de commerce).

- **Si la manifestation n'a pas lieu sur le domaine public**, la déclaration préalable de vente au déballage est à adresser au maire dans **les 15 jours au moins avant** la date prévue pour le début de la vente (article R. 310-8 du Code de commerce).

Le registre obligatoire doit comporter :

- Si le vendeur est une **personne physique**, le registre doit comprendre les noms, prénoms, qualité et domicile ainsi que la nature, le numéro et la date de délivrance de la pièce d'identité avec l'indication de l'autorité qui l'a établie.

- Concernant les participants non professionnels, le registre doit également faire mention de la remise d'une attestation sur l'honneur de non-participation à 2 autres manifestations de même nature au cours de l'année civile (article R 321-9 du Code pénal).

- Si le vendeur est une **personne morale**, le registre doit comprendre la dénomination et le siège de celle-ci ainsi que les noms, prénoms, qualité et domicile du représentant de la personne morale à la manifestation, avec les références de la pièce d'identité produite (article R 321-9 du Code pénal)

- De plus, le registre doit être coté et paraphé par le commissaire de police ou, à défaut, par le maire de la commune du lieu de la manifestation.

- Il doit être tenu pendant toute la durée de la manifestation à la disposition des services de police et de gendarmerie, des services fiscaux, des douanes ainsi que des services de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

FICHE OUTIL N°22
REGLEMENTATION ORGANISATION DE SPECTACLE

- Un spectacle ne s'organise jamais sans en avoir l'autorisation du maire de la commune où aura lieu la manifestation.

  Cette autorisation s'obtient sur simple demande écrite effectuée au moins un mois à l'avance. Elle peut cependant être refusée pour différents motifs : non-respect de la sécurité publique (salles non conformes...) ou de l'ordre public, non-respect de la législation.

- L'obtention de cette autorisation implique que la salle soit aux normes de sécurité. En principe, toutes les salles de spectacles (privées ou municipales) ont obtenu l'agrément de la commission de sécurité. Toutefois, ceci fait partie des premières questions à poser au bailleur de la salle.
- Au cas où vous utiliseriez un lieu inhabituel (entrepôt, gymnase, etc.) ou nouveau, il vous faudra obtenir un avis favorable de la commission de sécurité pour l'accueil de public. Pour la tenue de la manifestation, il conviendra d'appliquer les consignes édictées par cette commission.
- Les spectacles organisés par des entrepreneurs de spectacles occasionnels doivent faire l'objet d'une déclaration préalable au Préfet un mois avant la date prévue pour leur déroulement. L'organisateur occasionnel de spectacles est dispensé de la licence d'entrepreneur de spectacles
- Cette disposition s'applique uniquement aux personnes physiques ou morales qui n'ont pas pour « activité principale ou pour objet l'exploitation de lieux de spectacle, la production ou la diffusion de spectacles » ainsi qu'aux « groupements d'artistes amateurs bénévoles faisant appel occasionnellement à un ou plusieurs artistes du spectacle percevant une rémunération.
- **Condition impérative** : Le nombre de manifestations organisées dans l'année ne doit pas excéder six.

La billetterie.

- Tout spectacle payant implique obligatoirement la remise à chaque spectateur d'un billet avant l'entrée dans la salle de spectacle.

- Les billets doivent être extraits d'un carnet à souche ou d'un distributeur automatique et comporter trois volets. Souche, billet et coupon de contrôle.

- Chacune de ces parties doit porter de façon apparente :
  - le nom de l'établissement
  - le n° d'ordre du billet
  - la catégorie de la place à laquelle celui-ci donne droit.
  - le prix global payé par le spectateur ou s'il y a lieu la mention de gratuité
  - le nom du fabricant ou de l'importateur

- Les billets doivent être numérotés suivant une série ininterrompue et utilisés suivant leur ordre numérique.

L'EMPLOI D'ARTISTES

- **L'artiste professionnel**

« Sont considérés comme des artistes du spectacle notamment l'artiste lyrique, l'artiste dramatique, l'artiste chorégraphique, l'artiste de variétés, le musicien, le chansonnier, l'arrangeur –orchestrateur, le metteur en scène pour l'exécution matérielle de sa conception artistique » Article l 7121-2 du code du travail. La liste n'étant pas limitative, doit être qualifiés d'artistes du spectacle toute personne participant à une manifestation destinée au public et faisant appel à leur talent personnel.

- **L'artiste amateur**

« L'artiste amateur est un bénévole qui ne perçoit aucun avantage financier de son activité, mais qui tire ses moyens habituels d'existence de salaires et revenus étrangers aux différentes activités artistiques des professions du spectacle » Décret du 19/12/1953. De ce fait, **les défraiements forfaitaires** sans justificatifs (note de frais, hôtel, restaurant) sont illégaux et constituent du salaire soumis à charges sociales.

- **Présomption de salariat**

Tout contrat par lequel une personne morale ou physique s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un artiste du spectacle en vue de sa production, est présumé être un contrat de travail, dès lors que cet artiste n'exerce par l'activité, objet du contrat, dans des conditions impliquant son inscription au registre du commerce » Article l 7121-3 du code du travail. Pour qu'un artiste ou groupe se produise sur scène, il y a obligation d'avoir un contrat entre l'organisateur du spectacle et le producteur. Dans ce cadre général, les contrats se négocient souvent de gré à gré.

- **Le contrat d'engagement** est un contrat par lequel l'organisateur de spectacles emploie et salarie directement l'artiste ou les artistes

Le GUSO

- Depuis le 1er janvier 2004, les organisateurs occasionnels de spectacles relèvent obligatoirement du guichet unique du spectacle occasionnel (GUSO). Le "guichet unique" est un service gratuit de déclaration et de paiement des cotisations. Il permet à l'employeur qui engage occasionnellement des artistes et des techniciens du spectacle d'accomplir, en une seule fois et auprès d'un seul organisme, toutes les formalités liées à l'embauche.

- Par l'envoi du formulaire accompagné du montant des cotisations à une seule adresse, l'association se libère des démarches à réaliser auprès des différents organismes sociaux obligatoires. Le formulaire guichet unique est généralement remis à l'employeur par le salarié, mais il peut être obtenu par un simple appel téléphonique.

- Si vous avez comme interlocuteur une association de musiciens, une compagnie de théâtre..., celle-ci salariant les artistes, établissez alors un contrat de cession. L'association établira une facture qui justifiera votre paiement. En tant qu'acheteur vous négocierez le montant de la prestation que vous règlerez à l'issue de la manifestation.

- **Le contrat de cession:** Il s'agit d'un contrat conclu entre un producteur (entreprise ou association) et l'association organisatrice du spectacle aux termes duquel le producteur vend un spectacle clé en main.

FICHE OUTIL N° 23 - REGLEMENTATION SACEM

- Les droits et redevances des auteurs et compositeurs sont perçus et redistribués par la Sacem.

- Lors du spectacle, l'organisateur doit établir, sur un document prévu à cet effet, l'état des recettes en distinguant les recettes « entrées » des autres recettes (buvette, restauration, vente de programme, etc.).

- Même si l'entrée est gratuite, la Sacem percevra des droits sur les autres recettes en cas d'utilisation d'œuvres de son répertoire.

Forfait pour petites manifestations

- La Sacem a établi un forfait pour les « petites manifestations ». Il s'agit ici des animations musicales et petites fêtes avec recettes qui sont organisées par les communes ou les associations à leur seul profit, dans le cadre de leur activité normale.

- Ce forfait se règle avant la séance et bénéficie aux manifestations organisées dans une salle de moins de 300 places (ce critère restrictif n'est pas retenu pour le jazz) dont le budget d'organisateur ne dépasse pas 850 €.

Réductions et protocoles d'accord

- Il existe des conditions particulières, et notamment des réductions prévues pour les sociétés et associations d'éducation populaire agréées (12,5 %) ainsi que les associations à « but d'intérêt général » (5 %). Enfin, des protocoles d'accord ont été négociés avec des fédérations ou des unions d'associations.

- **La SACD (Société des auteurs et compositeurs dramatiques)**

- La gestion des droits des compositeurs peut également dépendre de la SACD. Relèvent des services de cette société les auteurs d'œuvres dramatiques (théâtrales, dramatico musicales, chorégraphiques, pantomimes, numéros et tours de cirque…) et audiovisuelles (cinématographiques, télévisuelles, créations interactives et œuvres radiophoniques).

FICHE OUTIL N° 24 - REGLEMENTATION PUBLICITE

Quelles sont les obligations ?

- Vous devez respecter un certain nombre de règles lorsque vous distribuez des documents sur la voie publique. Les documents imprimés doivent comporter le nom et l'adresse de l'imprimeur, à défaut, l'imprimeur encourt une amende de 3 750 €.
- Lorsque l'association imprime elle-même ses documents, elle doit en conséquence indiquer son nom et son domicile.
- De plus, dès lors que vous établissez des documents à destination du public, vous devez indiquer certaines mentions obligatoires destinées à vous identifier :
  - votre nom ou dénomination sociale
  - votre numéro d'identification SIRENE
- Enfin, il est obligatoire d'ajouter la mention **« ne pas jeter sur la voie publique »** afin de respecter les nouvelles dispositions en matière d'environnement sur la collecte et l'élimination des déchets.

Affichage

- La loi encadrant l'affichage extérieur (loi n°79-11 50 du 29 décembre 1979) vise à permettre la liberté d'affichage tout en assurant la protection du cadre de vie et des paysages.
- Le texte règlemente les dimensions, les hauteurs et les emplacements des dispositifs publicitaires là où ils sont admis et définit les zones où la publicité est interdit.
- A l'intérieur des agglomérations, l'affichage non lumineux est en principe autorisé, sauf dans certains secteurs Mais le maire dispose d'importants pouvoirs pour restreindre ou élargir les possibilités de publicité par affichage dans certaines zones.
- Par ailleurs, apposer une publicité sur un immeuble ou une quelconque propriété nécessite l'accord écrit du propriétaire.
- **L'article 15 de la loi du 29 juillet 1881** sur la liberté de la presse précise « que seuls les actes émanés de l'autorité seront imprimés sur papier blanc ». Il est possible toutefois d ' utiliser le papier blanc « s'il est recouvert de caractères ou d'illustrations de couleur » qui rendent impossible la confusion avec les affiches administratives.

Droit à l'image de la personne

- Le droit d'une personne sur son image est protégé par les dispositions concernant le respect de la vie privée prévues par l'article 9 du code civil et dont la valeur constitutionnelle a été affirmée le 23 juillet 1990. Le droit à l'image se définit de deux façons : négativement c'est le droit de ne pas être filmé ou photographié, positivement c'est la reconnaissance d'un droit de contrôle sur son image, sur sa diffusion et sur sa destination. Ainsi, toute personne peut s'opposer tant à l'utilisation de son image sur laquelle elle dispose d'un droit exclusif qu'à la divulgation de faits concernant sa vie privée.
- Le droit à l'image est un droit extrapatrimonial, par conséquent il n'a pas de prix, il est incessible et intransmissible.

L'autorisation d'utilisation de l'image

- Détenteur d'un droit personnel sur son image, chacun est libre d'en autoriser l'utilisation par un tiers en vue d'une finalité librement déterminée. L'accord ne se présume pas, il doit être express et son objet doit être précis, conformément au principe de spécialité.

- L'accord doit être écrit. En cas de litige, c'est à l'utilisateur des images qu'il appartient de prouver qu'il a obtenu toutes les autorisations requises pour l'utilisation d'une image.

- L'accord doit porter sur la capture de l'image ainsi que sur les modalités de publication.

Photo prise dans un lieu public

- Si une personne se trouve dans un lieu public mais qu'elle apparaît de manière isolée et aisément reconnaissable du fait du cadrage de l'image, une autorisation de diffusion de l'image est nécessaire.

Exceptions au droit exclusif d'une personne sur son image

- Le droit de toute personne d'interdire la reproduction de son image cède devant l'intérêt supérieur du droit à l'information de la collectivité et à son droit de critique par le biais de la caricature.

Le droit à l'information

- Garanti par l'article 10 de la CEDH (Convention Européenne des droits de l'homme), le droit à l'information du public implique que les évènements relevant de l'actualité politique, sociale, judiciaire, culturelle...peuvent être communiqués au public même s'ils nécessitent de représenter de façon identifiable des personnes.

- Une publication des images d'une personne est alors licite dès lors que celle-ci est impliquée dans un évènement d'actualité (participation à une manifestation publique, à un évènement considéré comme faisant partie de l'histoire...).

- Les images de ces évènements d'actualité peuvent être publiées sans l'autorisation des participants.

FICHE OUTIL N°25 : REGLEMENTATION SECURITE

Sécurité civile lors de manifestations culturelles

- Annexé à l'arrêté du 7 novembre 2006, entré en vigueur au 1er janvier 2007, le Référentiel national de missions de sécurité civile est un outil méthodologique d'aide à la décision et à l'organisation, destiné aux personnes en charge de la sécurité sur des manifestations ou rassemblements de personnes et notamment aux organisateurs.

- Le Référent national permet, au moyen d'une grille d'évaluation des risques, de dimensionner un dispositif prévisionnel de secours à personnes **(DPS)**, défini comme l'ensemble des moyens humains et matériels de premiers secours à mettre en place.
  Un DPS est désormais obligatoire pour toute manifestation culturelle à but lucratif de plus de 1500 personnes (public uniquement). La notion de manifestation « à but lucratif », qui reprend le champ d'application du décret n° 97-646 du 31 mai 1997 relatif à la mise en place de services d'ordre, est ici entendu comme "à accès payant pour le public". Cela mérite cependant d'être précisé, nous attendons sur ce point une réponse du ministère de l'Intérieur.

- La **grille d'évaluation** des risques prend en compte l'effectif déclaré du public, le comportement prévisible du public, selon l'activité du rassemblement (par ex. : public assis, debout, statique, dynamique), l'accessibilité du site et l'environnement, le délai d'intervention des secours publics.

- Par exemple, dans les cas de spectacles avec public debout, dynamique, de type carnaval, spectacle de rue ou grande parade... l'indicateur « activité du rassemblement » est affecté d'un coefficient de « risque élevé

- Les différents indicateurs, associés à leur coefficient, permettront de déterminer, en fonction de l'effectif prévisible du public, un Ratio d'intervenants secouristes (RIS). Celui-ci induit la catégorie de DPS à mettre en œuvre - dans le cas où un DPS s'avère nécessaire.

A noter :

- La loi de modernisation de la sécurité civile du 13 août 2004 précise que « toute personne concourt par son comportement à la sécurité civile » (art. 4). Cependant, dans le cadre de rassemblements de personnes, seules les associations agréées de sécurité civile peuvent contribuer à la mise en place des dispositifs de sécurité civile (aucune délégation possible).

FICHE OUTIL N° 26 - REPERTOIRE DIVERS

- **Réseau Régional des Maisons des Associations**
  (Spécialiste des questions associatives et du bénévolat) Sur rendez-vous
  Tél. 05 56 01 24 38 ou 06 13 07 16 29
  Courriel : mda.aquitaine@yahoo.fr
  http://www.maisonsdesassociations.fr

- **Direction départementale des services fiscaux**
  Correspondant associations
  8 Place Champ de Mars 33000 BORDEAUX
  Tel. 05 56 01 67 67
  http://www.impots.gouv.fr **-** Rubrique associations
- **Associations Mode d'Emploi (Revue d'information sur les questions associatives)**
  www.associationmodeemploi.fr

- **Juris Associations, édition Dalloz (Revue spécialisée sur les questions associatives) -**
  http://www.juriseditions.fr/juris-associations.htm
- **Ministère de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale (toutes informations utiles pour les associations) -** Site : www.associations.gouv.fr
- **Préfecture de la Gironde déclarations, autorisations)** http://www.gironde.gouv.fr
- **Service public Formulaires en ligne**
  https://mon.service-public.fr/portail/app/cms/public/les_formulaires
- **GUSO TSA 72039 - 92891 NANTERRE Cedex 9.**
- **SACEM**
  26 Quai de Bacalan 33000 Bordeaux
  Tél. 05 67 34 80 10
  http://www.sacem.fr

REALISATION D'AFFICHES, TRACTS

- **Espace Associatif des Graves –** Villenave d'Ornon -Tél. 05 57 14 21 10
- **France Bénévolat** 120 rue Héron – Bordeaux – Tél. 05 56 92 37 69 – Site :
  www.francebenevolat.org (bénévoles pour évènements)

POUR LES COCKTAILS D'INAUGURATION ET LA RESTAURATION

- **INFA Aquitaine Beausoleil** · Hôtel-restaurant Beausoleil ·
  Chemin du Plantey · 33170 GRADIGNAN
  Tél. : 05 57 96 12 30 · Fax : 05 57 96 12 36 · E-mail : aquitaine@infa-formation.com ·
  Web : www.infa-formation.com
- **Lycée de Gascogne** · Avenue François Rabelais · 33405 TALENCE CEDEX · Tél. : 05 56 84 47 50 ·
  Fax : 05 56 84 47 66 - E-mail : ce.0332192d@ac-bordeaux.fr

PRET DE MATERIEL SCENIQUE

- **L'Institut Départemental du Développement Artistique et Culturel - l'IDDAC**
  59, avenue d'Eysines - BP 155 - 33 492 - Le Bouscat cedex
  Tel : 05 56 17 36 36 - Fax : 05 56 17 36 31 - Site : www.iddac.netv

FICHE OUTIL N° 27 – FINANCEMENT

- Tout évènement nécessite des moyens financiers, petits ou plus important.
- Si vous devez faire appel à des bailleurs, il est conseillé tout d'abord de faire un état des lieux des différents bailleurs potentiels, de les classer en fonction de la nature des fonds et de leur importance.
- Pensez aux bailleurs publics (Union Européenne, Aide Française au Développement, la région Aquitaine, le département, la commune du siège de votre association, les plateformes de financement sur internet
- Vérifier la nature des financements possibles, les domaines d'intervention financés, les conditions d'éligibilité de l'association, du projet, les dates de dépôt de dossier, le montant maximum auquel vous pourriez répondre, ainsi que le lien internet.
- Une fois ces données recueillies et organisées sous forme de tableau, il est vivement conseillé d'établir un rétro planning (diagramme de Gantt) afin d'établir une stratégie de financement. Pour cela, dans un tableau Excel, lister les différents bailleurs potentiels et déterminer le temps nécessaire pour constituer le dossier jusqu'à la date butoir du dépôt.

PARTIE 5 – EVALUATION

Tout au long du projet, évaluer permet :

- d'assurer le suivi de l'action
- de mesurer son impact et son efficacité
- de mettre en évidence les forces et les faiblesses de l'organisation.

A la fin de l'événement, en termes de bilan, l'évaluation est précieuse pour remercier, fidéliser bénévoles et partenaires, justifier l'attribution d'une aide publique.

A partir des objectifs définis au départ, elle s'appuie sur des résultats :

des indicateurs objectifs (quantitatifs)	des indicateurs subjectifs (qualitatifs)
Le nombre de bénévoles impliqués, de participants, d'articles dans la presse, le temps passé, les dépenses, les recettes.	Le ressenti des organisateurs, des intervenants, des partenaires, la satisfaction du public, l'implication des bénévoles.

La réalisation du bilan, autre phase riche et constructive, est indispensable pour transmettre l'expérience. Ce bilan détaille l'organisation et tient compte des modifications à apporter. Il facilitera et améliorera le processus opérationnel en cas de reconduction de l'événement. Enfin, si les retombées presse contribuent à faire connaître l'association, à présenter une image motivante et dynamique, elles donnent aux adhérents l'occasion d'être fiers d'y appartenir; les diffuser sans modération en interne et aux partenaires pour partager le succès de la manifestation.

FICHE OUTIL N° 27 – BILAN DE L'ECO-RESPONSABILITE

Pistes d'évaluation environnementale	
Réalisez une enquête auprès de vos visiteurs dès leur arrivée sur votre événement pour évaluer la proportion de personnes venant seules en voiture, en covoiturage, en transports en commun, ainsi que leur provenance	Comptabilisez le poids de papier que vous avez consommé pour votre événement rapporté à un visiteur ou participant (ex. : poids d'un flyer X nombre de flyers/nombre de visiteurs ou participants).
Comptabilisez en qualité (recyclable, compostable...) et en quantité (kg, litres...) les déchets collectés rapportés à un visiteur ou un participant.	Évaluez la part d'intervenants et de produits locaux, bio et équitable dans votre événement.
Relevez les quantités d'eau au compteur d'eau, rapportées à un visiteur ou participant, avant et après l'événement.	Étudiez la proportion de personnes handicapées ou en difficultés sociales présentes lors de votre événement (nombre de tickets vendus, enquêtes...).
N'hésitez pas à faire appel à une structure extérieure qui pourra vous accompagner dans la mise en place de votre démarche et dans l'évaluation de l'impact environnemental de votre événement	N'oubliez pas aussi d'évaluer les impacts générés en amont de l'événement dus pour l'essentiel aux déplacements de l'organisation.

FICHE OUTIL N° 28 – QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION

- Afin d'évaluer votre évènement auprès du public présent, vous pouvez créer un questionnaire de satisfaction à envoyer quelques jours après votre action.

- Exemple de questionnaire de satisfaction :

1. Veuillez évaluer cet événement en fonction des aspects suivants :

	Excellent	Au dessus de la moyenne	Moyen	En dessous de la moyenne	Faible
Agenda global	○	○	○	○	○
Intervenants principaux	○	○	○	○	○
Présentations d'information	○	○	○	○	○
Accessibilité	○	○	○	○	○
Divertissements	○	●	○	○	○
Situation et lieu de l'événement	○	○	○	○	○
Nourriture servie à l'événement	○	○	○	○	○

2. Qu'avez-vous apprécié le plus à propos de cet événement ?

3. Avez-vous des suggestions pour améliorer cet événement ?

4. Participerez-vous à cet événement l'année prochaine ? oui / non / peut-être

5. Ajoutez ici tout commentaire supplémentaire concernant cet événement, ou vos idées pour les événements futurs.

FICHE OUTIL N°29

TABLEAU D'AIDE A L'EVALUATION D'UNE ACTION

- Cet outil d'évaluation est tant une aide à la réflexion et au choix de l'action à mener que des effets produits une fois réalisée.

- Il peut être utilisé à toutes les phases du projet : au moment de sa conception, de sa mise en œuvre et après sa réalisation.

Critères d'évaluation	Évaluation	Que cherche-t-on à évaluer ?
Pertinence (conception)		= cohérence externe : est-ce que l'action proposée est la meilleure réponse compte tenu du contexte ?
Cohérence (conception)		= cohérence interne : est-ce que la relation de cause à effet entre les moyens utilisés et les activités réalisées et entre les résultats attendus et l'objectif de l'action sont … ? (fondés ? logiques ?)
Efficience (mise en œuvre)		= rentabilité : est- ce que les moyens utilisés sont disproportionnés au regard des résultats ? aurait-on pu obtenir les mêmes résultats avec moins de moyens ?
Efficacité (mise en œuvre)		= atteinte des résultats : est-ce que ce l'on a atteint l'objectif et les résultats que l'on s'était fixé au départ ?
Impact/Pérennité (mise en œuvre, à la fin et après le projet)		= durabilité : est-ce que les résultats attendus et inattendus (positifs et négatifs) sont durables dans le temps ?

FICHE ACTION

Titre du projet	•
Libellé de l'action	•
Responsable	•
Description (nature de l'action, public cible, processus de réalisation, conditions préalables, résultats recherchés …)	
Nature de l'action	• • • •
Public Cible	•
Résultats attendus	•
Processus de réalisation	• • • •

Fréquence / Durée	•		
Moyens mis en œuvre			
Humains	**Matériels**	**Financiers**	
• •	• •	• • •	
Structures et acteurs impliqués	• • •		
Documents de suivi	• •		
Commentaires	• •		

CADRE LOGIQUE

LOGIQUE D'INTERVENTION		I.O.V.	SOURCES DE VERIFICATION
OG			
OS			
R1			
R2			
R3			
R4			
R1-A1			
R2-A2			
R3-A3			
R4-A4			

FICHE AFOM

ATOUTS	FAIBLESSES
•	•
•	•
•	•
•	•
•	•
•	•
•	•
•	•

OPPORTUNITES	MENACES
•	•
•	•
•	•
•	•
•	•
•	•
•	•

Différents travaux existants ont servis de supports riches en réflexion et ont permis l'élaboration de ce guide.

- GUIDE PRATIQUE « Organiser un événement éco-responsable en Dordogne », élaboré par le ***C****onseil* ***G****énéral de la Dordogne*.

- « L'ORGANISATION D'UN ÉVÉNEMENT EN 7 ÉTAPES », élaboré par la *ville de Besançon*.

- Documents remis lors de la journée de formation du 1er Février 2014 « Organiser un événement associatif », organisée par la ***M****aison* ***D****es* ***A****ssociations de Mérignac* en partenariat avec la ***L****igue de l'****E****nseignement 33*.