

Interreg



Cofinancé par
l'Union Européenne
Medegefinancierd door
de Europese Unie

France - Wallonie - Vlaanderen



FICHE COMM

Comment organiser un événement ?

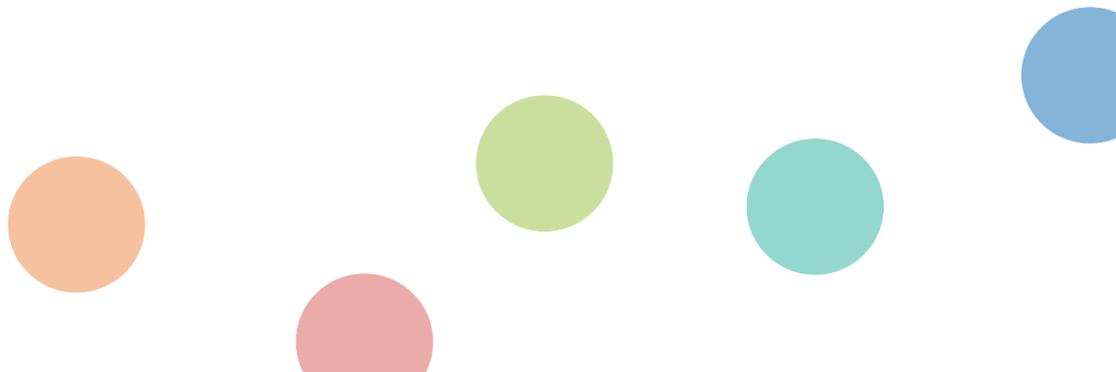




Table des matières

1. Obligations.....	3
2. Conseils utiles	3
3. A quoi faut-il penser lors de l'organisation d'un événement ?.....	4
3.1. Avant l'événement.....	4
3.2. Pendant l'événement	10
3.3. Après l'événement	12
4. Checklist du plan de l'événement.....	13



1. Obligations

Le programme impose l'organisation de deux actions de communication ; en début et en fin de projet. Il s'agit de toute action relative à la présentation du projet ou la valorisation des résultats. Celles-ci peuvent prendre la forme d'événements : une conférence, un séminaire, une journée d'information, une exposition, un briefing, une excursion, etc. L'important est qu'elles soient adaptées au public-cible.

Dans le cadre d'un événement transfrontalier, l'accent doit être mis sur :

- **le caractère transfrontalier du projet.** Par exemple, en invitant des orateurs de part et d'autre de la frontière ;
- **le cofinancement de l'Union européenne au travers** du programme Interreg France-Wallonie-Vlaanderen ;
- **les résultats transfrontaliers** du projet et **leurs retombées sur le territoire de coopération** (exemples concrets, témoignages, etc.) ;
- l'accueil d'un **public-cible transfrontalier** ;
- **l'organisation bilingue** si le partenariat du projet le justifie.

Chaque opérateur dispose d'un kit communication de base lui permettant d'assurer la visibilité de l'Union européenne et du programme Interreg. Du matériel supplémentaire peut être obtenu auprès des animateurs territoriaux en prêt : roll-ups, beach flags, drapelets, drapeaux. Par ailleurs, d'autres outils sont à disposition auprès des antennes territoriales pour être distribués à votre public-cible dans le cadre d'une manifestation que vous organiseriez, etc. Ils sont à disposition sur simple demande mais prévoyez tout de même un délai pour votre demande.

Pour rappel, **il est obligatoire d'afficher le drapeau du Programme lors de vos événements.** Des preuves pourraient être demandées, par conséquent, il est conseillé de prendre des photos lors de l'événement.

Dans certains cas, il peut être opportun d'organiser un événement conjointement, notamment lorsque différents projets travaillent sur des objectifs communs, par exemple dans le cadre d'un portefeuille de projets.

2. Conseils utiles

Peu importe le type d'événement qu'un opérateur veut organiser, il est primordial de se poser les 3 questions suivantes :

- a) Quel **objectif** veut-on atteindre ?
- b) Quel **public** vise-t-on ?
- c) Quel est le **moyen** le plus efficace d'atteindre ce public-cible ?

Le succès d'un événement dépend fortement d'une définition préalable de l'objet de l'événement, de son public-cible et du moyen de l'atteindre.

L'organisation de l'événement doit par conséquent commencer suffisamment à l'avance, afin d'avoir un plan d'actions cohérent.



3. A quoi faut-il penser lors de l'organisation d'un événement ?

3.1. AVANT L'ÉVÉNEMENT

ORGANISATEURS

Définissez une équipe responsable de l'événement et rédigez un plan détaillé. Identifiez les personnes de contact locales et attribuez les rôles aux membres de votre équipe. Nous vous conseillons également de définir des personnes responsables pour les différents aspects de votre événement.

Briefez-les régulièrement, par exemple en organisant des réunions. Faites un retro-planning en communiquant toutes les informations relatives à l'événement (agenda, organisation de la journée, personne de contact pour le lieu de l'événement, les renseignements sur des éventuels intervenants, etc.) afin que chaque membre de votre équipe organisatrice ait toutes les informations essentielles sous la main.

PUBLICS-CIBLES

L'identification du public-cible est un élément primordial pour la réussite d'un événement. Une fois le sujet et l'objectif finale de l'évènement défini, vous devrez analyser l'intérêt de votre public potentiel.

Pour identifier votre public-cible, vous pouvez vous poser les questions suivantes :

- Quel groupe de personnes serait intéressé par mon événement ? (domaine d'activité, âge, emplacement géographique, niveau de connaissances technologiques, etc.)
- Quel groupe de personnes pourrait potentiellement m'aider à atteindre mes objectifs projets et mes objectifs de communication ?
- Comment faire en sorte que mon événement soit attractif pour ce public-cible ?

Une fois que vous avez répondu à ces trois questions, vous serez en mesure d'identifier les personnes idéales à sensibiliser.

BUDGET

Votre budget va considérablement déterminer certains aspects de votre événement (lieu de l'événement, nombre d'invités, qualité des supports, etc.). C'est pourquoi il est important d'inclure une partie budget dans votre réflexion relative à l'organisation.

Commencez par déterminer le budget nécessaire à l'organisation de votre événement (il faut que ce budget soit cohérent avec celui validé dans votre fiche projet). Nommez ensuite un membre de votre équipe responsable de la gestion des coûts. Divisez votre budget entre les différentes étapes de l'organisation de l'événement tout en prévoyant de quoi faire face aux imprévus.

Le budget peut être réparti entre les différents opérateurs partenaires (ou entre différents projets dans le cas d'un évènement commun, pour le [portefeuille de projets](#) par exemple). Si c'est le cas, nous vous recommandons de communiquer le plus tôt possible avec vos opérateurs, afin de formaliser la répartition budgétaire et s'assurer



que l'ensemble du partenariat s'accorde sur les dépenses (qui ? quoi ? quand ? comment ?).

Point d'attention :

Assurez-vous de respecter les règles nationales et européennes de mise en concurrence en vigueur avant d'engager les fonds dédiés à votre événement. Vous trouverez des informations supplémentaires à ce sujet sur notre site internet, dans la rubrique « boîte à outils » :

- [Fiche Dépenses éligibles - Annexe 1 - Marchés publics France](#)
- [Fiche Dépenses éligibles - Annexe 2 - Marchés publics Wallonie](#)
- [Fiche Dépenses éligibles - Annexe 3 - Marchés publics Vlaanderen](#)

FORMAT DE L'ÉVÈNEMENT

Le choix du format de votre événement fait partie des premières étapes de votre réflexion. Choisir entre les 3 options décrites ci-dessous pourra être déterminant pour attirer plus ou moins largement votre public-cible :

- Évènement en présentiel :

L'évènement en présentiel consiste en un rassemblement physique du public-cible. L'avantage majeur du présentiel réside dans la convivialité et l'échange facilité avec le public, ce qui rend l'expérience plus humaine. Ce genre d'évènement permet également de facilement délivrer les messages souhaités car il n'y a pas d'écrans faisant la liaison entre vous et votre interlocuteur. Cependant, plusieurs points sont à prendre en compte dans ce cas de figure. Tout d'abord, le nombre de participants peut être plus limité en présentiel, et dépendra grandement de la capacité du lieu choisi. De plus, un certain nombre de personnes ne pourront peut-être pas se déplacer, et décideront donc de ne pas s'inscrire ou d'annuler leur participation. Plus généralement, un évènement en présentiel demande plus de moyen financier et humain pour son organisation et sa mise en œuvre. Il est, pour autant, le format le plus apprécié par le public-cible.

- Évènement en distanciel :

L'évènement en distanciel permet de réunir un grand nombre de personnes, sans que celles-ci doivent se retrouver dans un même lieu pour pouvoir y participer. Les évènements en distanciel sont organisés par le biais de la visioconférence. Cette option comporte de nombreux avantages : tout d'abord il est possible de faire différents types de visioconférence (webinaire, réunion, atelier en ligne, live vidéo, etc.) De plus, si le public-cible ne peut pas facilement se déplacer (personnes à mobilité réduite, personnes âgées, enfants, etc.) l'évènement en distanciel permet de facilement entrer en contact avec le public sans le poids de la logistique. Cependant, l'organisation d'un évènement en distanciel demande des connaissances techniques : il faudra vous assurer de posséder une connexion internet stable, savoir utiliser les outils de visioconférence (connaître et tester leurs fonctionnalités), mais aussi anticiper les moyens humains pour fournir un évènement fluide et agréable.



- **Evènement hybride :**

L'évènement hybride offre la possibilité d'organiser un évènement physique, tout en permettant à d'autres personnes de suivre l'évènement en distanciel en même temps. L'avantage principal de ce format est l'augmentation du nombre de participants : vos messages toucheront une large audience. L'évènement hybride peut également prendre plusieurs formes : d'une simple vidéoconférence à une diffusion en live sur internet ou les réseaux sociaux. L'évènement physique peut être filmé pour pouvoir être visionné par les personnes en distanciel. Cette captation vidéo peut ensuite être publiée sur votre site internet ou sur les réseaux sociaux (ex : YouTube) ce qui permettra une diffusion encore plus large. Cependant, cette option demande l'allocation de moyens financiers et humains plus importants qu'un évènement en distanciel, car il faut organiser l'évènement en format physique et en distanciel.

Qu'importe le format choisi, il est primordial de s'organiser le plus tôt possible et de réaliser des tests avec les personnes en charge de la logistique de votre évènement. Des services externes spécialisés dans l'évènementiel pourront vous venir en aide pour vous assurer une prestation fluide et cadrée de votre évènement.

THEME/TITRE DE L'EVENEMENT

Le titre d'un évènement définit son identité et c'est un facteur important qui va donner envie ou non à vos invités d'y participer. Le thème doit refléter vos objectifs projet et doit être accrocheur.

DATE

Lors du choix de la date de votre évènement, il est essentiel de tenir compte de votre public-cible. Par exemple, des personnes représentant une organisation professionnelle préféreront des jours ouvrables, mais il est plus approprié d'organiser un festival de musique ou un atelier avec des enfants durant le weekend (samedi et dimanche) ou lors d'un jour férié.

Assurez-vous également que la date choisie ne coïncide pas avec des perturbations externes susceptibles de réduire le nombre de participants, comme :

- les jours de congés populaires ;
- les jours fériés ;
- un évènement susceptible d'intéresser le même public-cible ;
- les perturbations des transports publics ou des grands axes ;
- les vacances scolaires (et les décalages de ces vacances selon le territoire).

TIMING

Votre évènement aura-t-il lieu sur plusieurs jours ? une après-midi ? Essayez d'identifier rapidement le temps requis pour présenter sereinement votre évènement. En travaillant sur le contenu, vous serez en mesure de déterminer approximativement la durée dont vous aurez besoin.

Pensez aussi au temps de trajet de votre public-cible : un évènement tôt le matin ne sera peut-être pas idéal si votre public ne se situe pas à proximité.



PLANNING

Rendez l'événement interactif en introduisant des discussions et des ateliers lors de ces sessions pour favoriser la discussion.

- Toujours prévoir suffisamment de temps pour les questions et les discussions.
- Intégrer régulièrement des pauses pour favoriser le réseautage.
- Prévoyez de la flexibilité dans votre planning au cas où une présentation ne finit pas à l'heure prévue.
- Prévoyez suffisamment de temps pour les pauses et les temps de midi (1h-1h30)

INTERVENANTS

Avoir des intervenants dynamiques, inspirants et pertinents au regard du sujet abordé est un atout supplémentaire. En invitant des personnes d'intérêt vous serez susceptible d'attirer un plus grand nombre de participants et par conséquent d'apporter une plus-value à votre événement.

Une fois les intervenants idéaux identifiés, un plan détaillé du programme et un rappel des objectifs de votre événement doivent leur être fournis. Pensez à définir les messages clés à partager avec le public. Les intervenants doivent être force de proposition et les supports de présentation doivent s'adapter à leurs interventions.

Assurez-vous de planifier leurs interventions à l'avance et de garder un contact régulier avec eux pour ne pas perdre de vue l'objectif global de l'événement.

MODÉRATEUR/ANIMATEUR

Un des ingrédients principaux pour organiser un très bon événement est de disposer d'un bon modérateur. Assurez-vous d'avoir quelqu'un qui est capable de gérer l'événement, d'orienter les discussions et les débats et de rendre l'événement intéressant et pertinent pour vos invités. Vous pouvez choisir une personne de votre organisation à l'aise à l'oral et qui maîtrise le sujet abordé, mais il est également possible d'externaliser cette tâche. Si vous décidez d'opter pour un modérateur extérieur, ne sous-estimez pas le temps de préparation : l'animateur doit être à l'aise avec le sujet présenté.

Un événement vivant commence par une bonne préparation : une fois le(s) modérateur(s) choisi(s), il est recommandé de préparer un document détaillant chaque séquence de l'évènement. Son contenu pourra évoluer au fur et à mesure que vous avancez dans l'organisation de votre événement, mais il restera une ligne conductrice pour les modérateurs. N'hésitez pas à partager ce document avec l'ensemble des personnes de l'équipe intervenant lors de l'évènement : cela permettra aux autres animateurs et intervenants de se synchroniser.

La seconde étape consiste à préparer les prises de parole entre les différents intervenants. Choisissez sous quelle forme le modérateur préférera lire le contenu (fiche papier, retour-écran, etc.) et prévoyez de répéter en amont avec l'ensemble des intervenants. Cela vous permettra de tester le matériel et de repérer les moments de flottements à retravailler.

LIEU

Avant de rechercher le lieu où vous organiserez votre événement, définissez un nombre total de participants susceptibles de s'inscrire. Cela déterminera la taille de la salle à réserver et du service de restauration à choisir.

- Assurez-vous que le lieu choisi soit géographiquement accessible à votre public-cible
- Assurez-vous que le lieu dispose des équipements techniques dont vous aurez besoin
- Contactez plusieurs lieux et identifiez celui proposant le meilleur rapport qualité/prix selon votre budget et le type d'événement souhaité (veuillez-vous assurer de respecter les règles de mise en concurrence)
- Prêtez également une attention particulière à l'accès aux Personnes à Mobilité Réduite (PMR).

SERVICE DE RESTAURATION (CATERING)

Pensez à mettre suffisamment de tables et quelques sièges pour que les gens puissent s'asseoir. N'oubliez pas de prendre en compte tous les régimes alimentaires.

MATÉRIEL TECHNIQUE

Dressez une liste exhaustive du matériel technique dont vous aurez besoin le jour-J (ordinateurs, rétroprojecteurs, grand écran, etc.)

- Demandez d'abord au responsable des lieux quel est le matériel mis à disposition sur place.
- Prévoyez de faire une visite du lieu auparavant pour tester le matériel qui sera utilisé et visualiser le matériel mis à disposition.
- Collectez à l'avance l'ensemble des supports de présentation des différents intervenants et fusionnez-les en un seul support qui sera utilisé lors de la projection
Pour un événement de grande envergure, vous pouvez engager un photographe professionnel.

INVITATIONS

Envoyez vos invitations ou un « *save the date* » dès que possible pour que vos invités soient prévenus suffisamment à l'avance. Privilégiez une forme simple et explicite pour vos invitations.

N'oubliez pas de passer par votre site internet, vos réseaux sociaux et votre newsletter pour promouvoir votre événement. Il est aussi de plus en plus courant aujourd'hui de créer un site internet destiné aux événements de grande envergure. Il peut également s'agir d'une page sur votre site internet.

INSCRIPTIONS

Vous pouvez organiser les inscriptions à votre événement par e-mail mais la pratique la plus courante est de faire des inscriptions en ligne. Par exemple, vous pouvez créer un formulaire en ligne gratuit (Google Forms, Microsoft forms, etc.)

Pensez à indiquer une date limite d'inscription. Les participants inscrivent leurs données personnelles dans une base de données à laquelle vous pouvez accéder et



qui vous permettra d'ajouter, supprimer et mettre à jour des informations sur votre événement sans l'aide d'un programmeur.

Quand vous envoyez la confirmation d'inscription à vos invités, n'oubliez pas d'ajouter les informations pratiques sur le lieu de l'événement. Cela peut se faire sous forme d'une carte géographique ou bien d'informations sur les transports en commun à emprunter pour arriver sur les lieux.

Il est nécessaire de faire des rappels réguliers jusqu'à la date limite d'inscription, afin de mobiliser le public-ciblé.

Point d'attention :

Veillez noter que la diffusion de données à caractère personnel est protégée par le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Ainsi, il n'est pas permis de diffuser la liste des invités comportant des données personnelles sans un consentement explicite. Veuillez-vous référer au règlement RGPD ([règlement UE 2016/679](#)) de l'Union Européenne.

Exemples de bonnes pratiques :

- Ne collectez que les données nécessaires pour atteindre vos objectifs.
- Demandez un consentement explicite pour le recueil des données d'un individu.
- Fixez une durée de conservation des données. Une fois cette date atteinte, supprimez l'ensemble des données collectées.
- Protéger les données recueillies dans un espace sécurisé.
- Si vous souhaitez diffuser des données personnelles, vous devrez demander un nouveau consentement explicite à l'individu concerné.
- Chaque individu possède un droit de modification ou de rétractation : mettez à disposition une adresse e-mail ou un numéro de téléphone permettant à un individu d'exercer facilement ses droits.

REUNION DE REPETITION

Prévoyez un temps de répétition la veille de l'événement.

- Invitez les intervenants à répéter leurs présentations et anticipez les questions qui pourraient être posées (Ex : Où se trouvent les toilettes ? Quel est l'accès à internet ?).
- Assurez-vous que l'équipe soit capable d'y répondre.
- Amenez tout le matériel promotionnel nécessaire à la réalisation de votre événement.



3.2. PENDANT L'ÉVÉNEMENT

ACCUEIL

Soyez accueillant.

- Prévoyez un accueil des participants (il est recommandé de prévoir des listes d'émargement pour faciliter le suivi, ainsi que des badges pour faciliter le réseautage).
- Assignez suffisamment de personnes à l'espace d'inscriptions pour que les participants évitent de patienter trop longtemps dans des files d'attente et pour que vous puissiez répondre à leurs éventuelles questions dans de bonnes conditions.

MEDIAS

Si les médias sont présents à votre événement, assurez-vous qu'ils soient bien pris en charge. Prévoyez une personne responsable de présenter les journalistes aux personnes qui seront interviewées, d'expliquer le projet et qui sera la personne relais s'ils ont la moindre question.

Il peut être utile de posséder un dossier presse spécifique ainsi qu'un communiqué complet mais aussi un communiqué plus court. Ce dossier presse spécifique est à remettre aux journalistes présents lors de votre événement.

QUESTIONNAIRE

Prévoyez, en amont de l'événement, des **questionnaires** afin d'évaluer le point de vue de vos invités sur votre événement. Cette initiative permettra de savoir ce qu'il faudrait améliorer lors d'un prochain événement et de savoir ce qui a plu à vos invités.

Le questionnaire doit être conçu en tenant compte des objectifs de l'événement, et doit permettre d'en retirer des enseignements pour améliorer les organisations futures.

Pour mieux appréhender la création d'un tel questionnaire, vous trouverez ci-dessous une liste de bonnes pratiques. Celle-ci vous aidera à cadrer votre questionnaire :

- Définissez les objectifs de ce questionnaire : Quel est l'objectif de cette enquête ? Quelles étapes souhaitez-vous analyser à la suite de votre événement ?
- Formulez des questions claires et concises. Evitez les questions longues et biaisées car il sera plus difficile d'y répondre.
- Si vous souhaitez utiliser une échelle de notation pour vos réponses, privilégiez la mesure numérale (de 1 à 5), ou la mesure qualitative (de « insatisfait » à « très satisfait »).
- Il est recommandé d'ajouter une section plus générique où les participants pourront ajouter des remarques d'amélioration (2 ou 3 questions ouvertes maximum)



- Evitez les acronymes et les termes techniques si les participants n'y sont pas habitués
- Préparer le questionnaire en avance, et le mettre à disposition des participants dans les 24 heures suivant l'évènement. Il est recommandé de passer par un format en ligne car il est plus facile de traiter les réponses.
- Décidez d'une date de clôture du formulaire de satisfaction.
- Analysez les réponses et prenez-les en compte lors d'un prochain évènement (Assurez-vous de prévoir du temps et des moyens humains pour exploiter les résultats et vous assurer de leur pertinence par rapport au nombre de répondants).

Plusieurs applications en ligne gratuites sont disponibles pour vous aider à recueillir les remarques des participants :

- [Google Forms](#)
- [Microsoft Forms](#)
- [SurveyMonkey](#) (limitée à 10 questions et maximum 100 réponses)
- [Typeform](#) (limité à 100 réponses)

Des applications payantes sont également disponibles et offrent souvent une prise en main plus facile, et des fonctionnalités plus variées.

RESEAUX SOCIAUX

Vous pouvez prévoir de couvrir votre évènement en direct sur les réseaux sociaux. Cela permet d'atteindre les personnes n'étant pas présentes lors de l'évènement. Afin de maximiser l'impact de votre communication, il est conseillé de définir les plateformes qui correspondent le mieux à votre public-cible.

Une ou plusieurs personnes devront être affectées à cette tâche durant l'évènement. Il est possible de préparer à l'avance les messages qui seront publiés sur internet en amont, et de les associer aux photographies prises lors de l'évènement.

Pour aller encore plus loin, vous pouvez mesurer l'impact de vos postes sur les réseaux sociaux une fois l'évènement terminé. Pour ce faire, vous pouvez utiliser des outils gratuits d'analyse (ex : Google Analytics).

PHOTOGRAPHIES

Évitez les grandes photographies de groupe. Préférez les clichés colorés et réalistes, qui pourront être utilisés plus tard dans les publications, dans les articles de presse, dans vos lettres de remerciements et votre site internet. N'hésitez pas à engager un photographe pour être certains d'obtenir un rendu « professionnel ».



Le saviez-vous ?

Votre image est considérée comme une donnée personnelle (règlement RGPD). Dans ce cadre, l'exploitation de ces données doivent faire l'objet d'un consentement préalable (accord écrit) si vous souhaitez exploiter l'image d'une personne isolée et reconnaissable. Un participant peut demander la suppression d'une photo sur un site internet ou sur les réseaux sociaux. C'est ce qu'on appelle le droit à l'effacement. Cependant, publier une photographie comprenant plusieurs personnes dans un lieu public n'est pas considéré comme portant atteinte au droit à l'image.

Si des photographies de l'événement sont prévues, **pensez à avertir vos participants qu'un photographe sera présent lors de l'événement et que leur image pourrait être exploitée à des fins de communication.**

3.3. APRES L'ÉVÉNEMENT

SUIVI

Téléchargez tous les documents pertinents à propos de l'événement sur votre site internet (les présentations, photos, etc.). Chargez-vous de régler tous les frais. Veillez également à envoyer des lettres de remerciements à tous les participants et les intervenants.

Envoyez des photos de l'événement aux journalistes présents mais également à ceux qui n'ont pas pu être là. Préparez une newsletter post-événement/une publication. N'oubliez pas de payer tous les frais liés à l'événement !

EVALUATION

Organisez une session de débriefing avec les organisateurs pour discuter de ce qui s'est bien passé et de ce qui pourrait être amélioré lors des prochains événements. Analysez les questionnaires de feedback que vous aviez proposé à vos invités lors de l'événement ou bien envoyez-leur un formulaire de satisfaction par mail. (Ne pas attendre trop longtemps pour ne pas voir le taux de retours baisser).



4. Checklist du plan de l'événement

Avant l'événement	
	<p>Les tâches sont attribuées à chaque organisateur :</p> <p><u>Gestion technique et budgétaire :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sélection du lieu (mise en concurrence à prévoir) ○ Sélection des prestataires, par exemple : interprétariat, régie, service traiteur, photographie, etc. (mise en concurrence à prévoir) <p><u>Gestion pratique :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Organisation et gestion des inscriptions ○ Création et circulation des informations pratiques et du programme ○ Création en amont du questionnaire de satisfaction à envoyer après l'évènement <p><u>Gestion du contenu :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Choisir les grandes thématiques de l'évènement ○ Choisir les intervenants et les modérateurs ○ Création des supports de présentation (préférentiellement en FR et NL pour toucher les trois versants du programme) ○ Communiquer régulièrement avec les présentateurs et les modérateurs <p><u>Gestion communication :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Prévoir les campagnes de communication ○ Contacter le public-cible spécifique ○ Faire circuler les informations liées à l'évènement sur le site internet du projet (Newsletter si applicable) ○ Contacter le responsable communication du Programme FWVL afin d'élargir le périmètre de communication
	Envoyer les invitations à temps (intervenants, médias et participants)
	Mise à jour des inscriptions ; les participants reçoivent une confirmation par mail avec la version finale du programme et les informations pratiques
	Tous les organisateurs sont briefés afin de pouvoir répondre aux questions potentiellement fréquentes
	Briefing du modérateur et des intervenants
	Toutes les présentations sont compilées sur un même document et vérifiées
	Vérification du matériel technique



Pendant l'événement	
	Mise en place d'un point d'accueil
	Badges nominatifs rangés par ordre alphabétique
	Prévoir de l'eau pour les intervenants
	Vérification du matériel de la salle de conférence <ul style="list-style-type: none"> ○ Ordinateur avec présentations ○ Rétroprojecteurs et écrans ○ Câbles et prises électriques ○ Micros et système du son : personnes disponibles pour distribuer les micros ○ Air conditionné et lumières ○ Matériel pour l'interprétariat (si applicable)
	Questionnaire de satisfaction pour évaluer votre événement (si distribué sur place à la fin de l'événement)
	Suffisamment de toilettes mises à disposition
	Poubelles de triage disponibles dans la salle de conférence
	Activités conformes aux obligations de communication (drapeaux de l'UE/du programme)

Après l'événement	
	Les documents relatifs à l'événement et les photos sont publiés sur le site internet (s'assurer de respecter le droit à l'image des participants)
	Des e-mails de remerciements sont envoyés à tous les participants et intervenants
	Dépouillage des questionnaires de satisfaction et traitement des données
	Prise en charge de tous les frais

Interreg

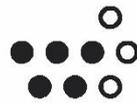


Cofinancé par
l'Union Européenne
Medegefinancierd door
de Europese Unie

France - Wallonie - Vlaanderen



Autorité de gestion • Beheerautoriteit



Wallonie - Bruxelles
International.be

Partenaires • Partners



Suivez-nous • Volg ons

www.interreg-fwvl.eu

