



16

Réaliser une fois par an une manifestation ouverte au public...

I - Objectifs et intérêts de la démarche

Cette fiche, à disposition des équipes et des Conseils d'administration, situe l'organisation d'une manifestation ouverte au public comme un moyen d'agir avec d'autres acteurs du territoire propre à chaque MFR, qu'ils soient des professionnels, des responsables, des élus.

Si la création et la gestion d'un événement sont d'abord considérées comme un acte de communication inscrit dans le plan annuel de communication de chaque association, elles peuvent aussi constituer une opportunité pour conduire un projet partagé et faire vivre un réel partenariat.

C'est dans cet esprit que cette fiche-outil propose une méthodologie travaillée à partir de situations réussies.



II - Des pistes pour intégrer une dimension partenariale

La réalisation d'une manifestation répond au départ à un besoin lié au contexte particulier de chaque MFR. A l'origine, un certain nombre de situations conduisent à s'impliquer dans l'organisation d'un événement :

- **Des situations propres à la MFR.** Le lancement d'une nouvelle formation par exemple, la nécessité de se faire connaître en tant qu'établissement de formation avec ses spécificités, la volonté d'affirmer ses pôles de compétences... suscitent le montage d'opérations telles que *porte ouverte* avec exposition, *animation* autour d'une thématique, *marché gourmand*... Dans ce cas, les responsables de la MFR peuvent rechercher des partenaires susceptibles de contribuer à la réalisation et à la réussite de la manifestation : soutien logistique, financier ou toute autre forme de coopération.
- **Des situations concernant des acteurs du territoire (élus, associations, entreprises...)** qui sollicitent la MFR pour ses compétences et proposent une implication dans une dynamique ou dans un nouveau projet = *une fête de Pays, une conférence-débat*...
- **La conjonction de facteurs liés à la fois à la MFR et à son environnement** qu'il soit professionnel, social ou territorial et débouchant sur un projet conjoint visant par exemple à promouvoir un secteur professionnel, à communiquer sur de nouveaux métiers ... : *forum des métiers, salon professionnel, journées techniques*...

Si l'initiative du partenariat peut trouver des origines diverses, sa concrétisation peut intervenir à différents niveaux de la mise en œuvre du projet et sous différentes formes :

- dès le départ, **au niveau du choix des orientations et de la prise de décisions**,
- ou seulement **au cours des étapes de réalisation** (ex : mise à disposition de matériel, accord de subvention pour l'intervention d'experts ...).

Il est envisageable de rechercher des partenaires au moment de la mise en œuvre du projet. Mais il est certainement plus pertinent et surtout plus efficace d'agir en amont et d'inscrire la MFR au cœur des réseaux qui la concernent. Ce positionnement peut se légitimer par différentes entrées : en tant qu'association, en tant que structure de formation professionnelle, en tant que pôle de compétence...

Cette participation peut être travaillée et répartie au sein du Conseil d'administration et de l'équipe. Elle permet :

- d'assurer **une veille permanente** et active pour mieux identifier les besoins de l'environnement de la MFR,
- de pouvoir **saisir des opportunités**

Le travail en partenariat se construit à travers des rencontres, des relations qui se tissent, un réseau qui se constitue au fil du temps.

Les expériences réussies tendent à prouver que plus une manifestation répond à un besoin « partagé », plus son impact, son rayonnement s'en trouvent renforcés. Certes, il faut dépasser ses propres intérêts et travailler dans un esprit de complémentarité ; mais un projet réussi donne plus de force, plus d'amplitude à chacun des partenaires en jeu.

III - Exemples de pratiques

Il existe un grand nombre d'expériences de ce type au sein du mouvement ; celles-ci peuvent être d'importance et de nature diverses. Nous en retrouvons quelques-unes dans la revue « Le Lien » et sa rubrique « Echos » : *MFR Terrou (46), MFR Divajeu (26) : « Expérience d'un festival de musique » - CPS Maltot (14) : « Le bœuf en fête » - MFR St Sulpice(60) : « Challenge Equ'risq » - MFR Mazille (71) : « Qualité et traçabilité des produits de la mer »,...*

Vous pouvez également contacter les rédacteurs de cette fiche :

- MFR Eyragues (13) pour « la fête du chat et du chien », guillaume.henri@mfr.asso.fr
- MFR Villevallier (89) pour « le forum des métiers », yannick.villain@mfr.asso.fr

IV - Une proposition de démarche pour conduire un projet de manifestation...

Quelles étapes ?	Des conseils en termes de réalisation
<p>→ Clarifier l'idée de départ</p> <p>L'idée d'une manifestation peut venir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'un échange au sein du Conseil d'administration ou de l'équipe, - d'un projet émanant des jeunes ou des adultes en formation ou encore de l'un des partenaires de la MFR. <p>Il est donc important de se tenir à l'écoute pour pouvoir partir des initiatives, saisir les opportunités.</p> <p>Si à l'origine, le besoin semble évident, il est néanmoins nécessaire de travailler précisément, en interne, sur les finalités de la manifestation que l'on souhaite mettre en œuvre et le sens que l'association souhaite lui donner.</p>	<p>Une question semble incontournable : Quelles sont nos intentions à travers l'organisation de l'événement ?</p> <p><i>Exemples :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - permettre à des jeunes, à des familles, d'identifier la MFR comme un établissement de formation engagé dans un domaine professionnel, - réactiver le réseau des anciens élèves et porter à leur connaissance les évolutions de la MFR en termes de formation. <p>Ce travail permettra aux responsables de la MFR d'être au clair sur leurs intentions et de communiquer plus aisément en interne et externe. Différents acteurs pourront être concernés par l'événement. Il s'agira de ne pas leur imposer une implication systématique, mais au contraire de leur donner la possibilité de se sentir concernés afin de pouvoir s'engager. Pour une même manifestation, les finalités pourront évoluer au fil du temps et des besoins.</p> <p>Une fois les orientations définies, il peut être pertinent de décliner ces dernières en objectifs concrets et mesurables : Objectifs du projet ? Qui sera le référent ?</p>

Quelles étapes ?	Des conseils en termes de réalisation																
<p>→ Définir le projet</p> <p>Cette étape vise à dessiner les contours du projet. Selon les circonstances, elle associera des acteurs internes et externes à la MFR. Dans tous les cas, le projet sera présenté, partagé, discuté, validé en Conseil d'administration.</p> <p>→ Faire l'état des lieux de l'existant et des ressources disponibles</p> <p>Il est capital de faire le point des ressources matérielles, humaines et financières qui peuvent être mobilisées pour le projet, les ressources internes, les ressources externes pour identifier rapidement les besoins...</p>	<p>Cette 2^{ème} étape s'accompagne toujours d'une ou plusieurs séances de brainstorming autour des questions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quel type de manifestation souhaitons-nous privilégier ? Quelle légitimité avons-nous ? <i>Exemple : porte ouverte, conférence, bourse aux plantes, fête du terroir, forum des métiers de la restauration collective, carrefour des métiers ...</i> - En quel lieu ? A quel moment ? - Avec quelles activités, quelles animations ? - Quels moyens ? Quels partenaires ? - Qui portera le projet ? Qui sera le référent ? <p>Avant d'aller plus loin, il sera prudent de tester l'idée autour de soi pour en mesurer l'opportunité et vérifier que le projet n'existe pas déjà.</p> <p>A ce stade, le montage d'un dossier de présentation du projet peut s'imposer, si l'on souhaite trouver de nouvelles ressources et convaincre de futurs partenaires potentiels. Le budget prévisionnel en constituera une pièce essentielle. On veillera à bien évaluer les dépenses : <i>les taxes (buvette, droits d'auteurs...), les frais liés à la sonorisation, à la restauration, à l'hébergement, au transport...</i> Au niveau des ressources, on sera attentif aux soutiens financiers possibles de la part d'entreprises ou d'institutions (<i>Commune, Conseil Général, Conseil Régional, Europe, Jeunesse et Sport, MSA...</i>).</p>																
<p>→ Bâtir le plan d'action</p> <p>Il s'agit d'établir une programmation (ou rétroplanning) qui :</p> <ul style="list-style-type: none"> - constituera un guide de travail et définira des échéances de réalisation, - permettra d'évaluer, de mesurer l'état d'avancement du travail, de contrôler si notre travail est toujours conforme aux finalités et objectifs et, si besoin, faire évoluer le projet. 	<p>A travers cette étape, on veillera à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - organiser le travail en grandes étapes - programmer dans le temps les activités et les tâches à réaliser, - répartir le travail entre les différents acteurs. <table border="1" data-bbox="788 1317 1437 1496"> <thead> <tr> <th></th> <th>Activités</th> <th>Tâches</th> <th>Responsables</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Janvier</td> <td>Etablir le budget prévisionnel</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Février</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Mars</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Dans cette programmation, on pensera à intégrer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les formalités à accomplir, les autorisations à solliciter, les déclarations à effectuer (<i>droits d'auteurs, déclaration de buvette,, sécurité, signalisation, circulation...</i>), les assurances à souscrire ; - le plan de communication autour de la manifestation (<i>relations médias, invitations, signalisation...</i>) ; - l'organisation du jour J, ainsi que les documents qui aideront les organisateurs et l'ensemble des participants à agir (<i>plan du site, planning d'organisation du travail, organisation de la restauration des bénévoles, de l'équipe et des jeunes...</i>), les documents à destination des visiteurs (<i>plan du site, programme</i>). <p>La rigueur de la prévision, la précision de la programmation conditionneront la réussite de la manifestation ; il est conseillé d'anticiper au maximum pour être en mesure de gérer au mieux les imprévus.</p>		Activités	Tâches	Responsables	Janvier	Etablir le budget prévisionnel			Février				Mars			
	Activités	Tâches	Responsables														
Janvier	Etablir le budget prévisionnel																
Février																	
Mars																	

Quelles étapes ?	Des conseils en termes de réalisation
<p>→ Réaliser le projet</p> <p>C'est le moment tant attendu de l'action.</p> <p>→ Dresser un bilan et définir des perspectives</p> <p>Ce bilan est à mettre en relation avec les objectifs de départ (pour être le plus objectif possible).</p>	<p>Le sourire est de mise et les vitamines aussi...</p> <p>Il est judicieux d'opérer en deux temps :</p> <ul style="list-style-type: none"> - A chaud, à l'issue même de la manifestation (le soir, le lendemain...), en recueillant les premières impressions. - A froid, quelques semaines après, en impliquant chaque catégorie d'acteurs. <p>A l'issue de ce bilan, il sera opportun de se poser la question de la poursuite ou non du projet et des évolutions souhaitables.</p>

V - Des ressources à votre disposition

- **Le guide de la communication** (UNMFREO)
- **Le guide pratique de l'administrateur** - Fiche n° 6 - Février 1992 : « **Tableau de bord de la communication** »
- **Le guide pratique de l'administrateur** - Fiche n° 9 - Mars 1993 : « **En MFR être acteur du développement local** »
- Des sites web : www.associations.gouv.fr
www.chlorofil.fr/pedago/guideterrit/sommaire.htm »

Cette fiche-outil a été réalisée par :

- Guillaume HENRI - MFR EYRAGUES (13) - guillaume.henri@mfr.asso.fr
- Yannick VILLAIN - MFR VILLEVALLIER (89) - yannick.villain@mfr.asso.fr
- Brigitte GEHIN - CNP CHAINGY (45) - brigitte.gehin@mfr.asso.fr