

L'histoire des événements

L'organisation d'événements ne date pas d'hier. Il est même possible de penser que c'est un des « plus vieux métiers du monde »... Il faut bien imaginer que pour faire entrer les lions du cirque au bon moment, il fallait des régisseurs !

Ainsi, nous pouvons brosser une fresque rapide de l'histoire des événements, avec quelques passages qui font écho à une actualité ou à des questionnements plus récents.

Les jeux antiques se répartissent en plusieurs catégories mais les plus importants sont les *Jeux panhelléniques* qui se tiennent pendant près d'un millénaire de 776 av. J.-C. à 393 ap. J.-C. Organisés dans les plaines d'Olympie, tous les quatre ans, il s'agit d'un moment emblématique de synthèse et de confrontation pacifique entre des identités politiques, sociales, culturelles et religieuses. Les grands noms de la philosophie et des sciences y participent : Platon, Aristote, Pythagore, Hippocrate...

Mais avec le temps, ces Jeux « olympiques » connaissent un déclin. La qualité des compétitions et les valeurs éthiques des participants ne restent pas toujours de haut niveau. Ces phénomènes sont manifestes après la conquête de la Grèce par Rome en 146 av. J.-C. :

- Le professionnalisme des athlètes : les Jeux sont devenus l'affaire de professionnels motivés essentiellement par le fait de gagner le plus

souvent, dans le plus d'épreuves possible, comme si l'important était de démontrer la domination d'un peuple, d'une race sur une autre...

- La présence des Romains parmi les athlètes grecs : les Romains privilégient le « sport-spectacle ». La visée de satisfaire, de « régaler » les spectateurs prime. L'esprit de la compétition, le plaisir de se confronter à l'autre, et d'exprimer de différentes manières ses qualités n'ont pas d'intérêt pour les Romains. Leur seul objectif est de « divertir ». Ainsi l'état d'esprit même des Jeux se dégrade peu à peu.
- Le paganisme des Jeux : le polythéisme est une particularité des Jeux antiques. Les concurrents s'adressent directement à des divinités païennes, les rituels en sont profondément inspirés (comme l'allumage de la flamme olympique). Avec la naissance du christianisme, impliquant la croyance en un Dieu unique, et la conversion des empereurs à la nouvelle religion (Constantin au IV^e siècle ap. J.-C.), les Jeux païens ne peuvent plus être tolérés.

Parallèlement aux Jeux panhelléniques, se développent à partir de 500 av. J.-C. des Jeux romains ou Jeux du cirque, essentiellement les courses de chars, puis à partir de -264, les combats de gladiateurs, organisés à Rome tous les trois jours (les *Ludi*).

Pline le Jeune (61 – 113) n'est pas tendre avec le concept, et ses propos se rapprochent assez de certaines critiques de nos sportifs actuels : « c'étaient les jeux du cirque, genre de spectacle qui ne me séduit à aucun degré ; là-dedans rien de nouveau, rien de varié, rien qu'il ne soit assez d'avoir vu une fois. Aussi, suis-je étonné que tant de milliers d'hommes soient sans cesse repris, comme de grands enfants, du désir de voir des chevaux lancés dans la course, des cochers debout sur les chars. Si encore on s'intéressait soit à la rapidité des chevaux, soit à l'habileté des cochers, ce goût pourrait s'expliquer ; mais c'est l'habit qu'on applaudit, c'est l'habit qu'on aime. »

C'est aussi à cette époque et à l'auteur Juvenal (90 – 127) que l'on doit cette célèbre maxime « du pain et des jeux ».

Deux lectures sont possibles. La première semble une approche plus philosophique, qui consiste à faire du bien sans arrière-pensée. C'est « l'évergétisme », sorte de générosité publique, entièrement gratuite.

La seconde est bien plus proche du sens que l'on donne actuellement à cette maxime : le pouvoir politique et ses notables achètent le peuple en lui donnant à manger et en le « divertissant » (au sens de détourner) de toute autre préoccupation comme les privations de liberté, les guerres, le déclin de l'empire... On peut voir là une sorte d'abrutissement et de mise sous contrôle des esprits.

Le rassemblement de public nombreux (jusqu'à 150 000 personnes pour une course de chars au *Circus Maximus*) entraîne aussi des accidents. Ainsi en 27 ap. J.-C., à Fidènes (5 km au nord de Rome), un spectacle de gladiateurs est organisé dans un amphithéâtre de bois, temporaire, sans fondation. La masse de la construction est bondée quand elle se disloque. Tacite, qui relate la tragédie dans ses *Annales*, cite le chiffre de 50 000 morts et blessés. Cette catastrophe marque profondément les Romains et la législation sur l'organisation de spectacles sportifs est très sévèrement réglementée dans l'Empire¹.

Quelques années plus tard, la ville de Rome se voit dotée du Colisée, inauguré en 80 ap. J.-C. par 100 jours de fête, qui accueille plus de 50 000 spectateurs pour des spectacles toujours plus « divertissants » : combats d'éléphants, de gladiateurs, joutes nautiques avec des crocodiles, sacrifices d'animaux, martyres chrétiens... Le Colisée servira pendant cinq siècles.

Mais avec le déclin progressif de l'Empire romain, s'ouvre une période plus terne pour les événements, moins festifs et surtout beaucoup moins grandioses. En effet, la domination de la religion chrétienne va entraîner la suppression de toutes les formes de fête autres que religieuses.

On retrouve des événements publics à la fin du Moyen Âge avec les tournois (XI^e siècle) qui servent à exalter en temps de paix la valeur du chevalier, lui permettent de montrer ses prouesses... et lui servent aussi d'exercice réel. Ce rare loisir du peuple a un intérêt spectaculaire où se mêlent les notions de galanterie, de plaisir et d'honneur, même si la mort a aussi sa place : le roi Henri II de France est décédé à la suite d'une joute en 1159.

1. Cet épisode n'est pas sans nous rappeler évidemment l'écroulement de la tribune temporaire du stade de Furiani, à l'occasion du match Bastia – Olympique de Marseille comptant pour la demi-finale de la Coupe de France, le 5 mai 1992, causant la mort de 18 personnes et en blessant 2 357. Voir «Pour aller plus loin : les signaux faibles», page 102 .

ÉTAPE 1

Identifier les besoins

Rien ne sert de courir, il faut partir à point. Nous allons donc d'abord nous poser un petit peu pour essayer de déterminer ce qu'il faut faire pour atteindre le but fixé. C'est tout aussi valable pour la convention d'entreprise que pour l'anniversaire de son conjoint !



QUELS SONT LES ACTEURS CONCERNÉS ?

- Décideurs.
- Directeurs et chefs de service.
- Service communication.
- Service événement s'il existe.
- Collaborateurs (salariés, agents).
- Si sphère privée : l'entourage !

En travaillant à plusieurs, ce qui est vital quand il s'agit de créativité, nous allons pouvoir répertorier les besoins stratégiques à partir de la réflexion sur l'opportunité d'organiser un événement : anniversaire, inauguration, convention, assemblée générale, lancement de nouveau produit...

QUE FAUT-IL FAIRE ?

- Déterminer les enjeux stratégiques :
 - enjeux de communication (exemple : gain d'audience) ;
 - enjeux commerciaux (exemple : part de marché) ;
 - enjeux marketing (exemple : lancement de produit) ;
 - enjeux financiers (exemple : valorisation de l'actionnariat) ;
 - enjeux de notoriété (exemple : amélioration du référencement Google®).
- Décliner les enjeux en besoins stratégiques : « pour répondre à cet enjeu, nous avons besoin de... ».
- Les besoins stratégiques permettent de décliner les projets opérationnels : « en réponse à ce besoin, nous pouvons organiser tel type d'événement... ».

Pour ce faire, l'idéal est de pouvoir mettre en place un groupe de travail avec les directeurs et chefs de service pour aborder les points suivants :

- Pour quelle raison faire l'événement ? Il importe que tous partagent le même ressenti quant à l'opportunité de lancer ce projet. Il va de soi que ce genre d'aventure doit faire sinon l'unanimité, tout au moins rencontrer l'adhésion la plus large possible, car il impliquera forcément un grand nombre, sinon tous les collaborateurs.
- Que veut-on promouvoir ou fédérer à travers l'événement ? Quelle image veut-on en tirer ? On peut s'imaginer le lendemain de l'événement et réfléchir à ce que l'on veut en retirer très concrètement.
- Le projet événementiel répond-il parfaitement au besoin ? Cette question toute simple nécessite une réponse plus longue et difficile à trouver. À la limite, on ne le saura qu'après !
- En quoi l'événement est-il le but du projet et en quoi l'événement est-il un moyen, un outil pour la structure ?
- Dans quel contexte plus large s'inscrirait l'événement ?

Et comme toute organisation peut partir dans tous les sens, il peut être opportun de rapporter à la hiérarchie l'avancée du groupe de travail et les questions transversales posées par ce type de projet.

- Quelle est l'implication personnelle des décideurs ou des élus ? La ligne est-elle claire ou va-t-il falloir naviguer à vue et faire d'incessants allers-retours avec eux ?

en fait souvent les premiers les frais. Il faut donc redoubler d'énergie pour imaginer des concepts astucieux. Il ne faut pas hésiter à se rapprocher du secteur associatif, qui déborde souvent d'imagination et de créativité, coûte moins cher et sait faire avec deux bouts de chandelles.

Les clés d'un événement réussi : clin d'œil du photographe

Lorsqu'on m'interroge sur les éléments constitutifs d'un événement réussi, je réponds avec un regard décalé, par rapport aux professionnels auquel cet ouvrage s'adresse.

De prime abord, il faut préciser que dans tous les cas la réaction du public est sans appel. Lorsque les conditions optimales sont réunies, le spectateur exprime spontanément son contentement : « je ne m'attendais pas à cela ! j'ai été surpris ». Mais pour atteindre cet indice de satisfaction, le régisseur général doit maîtriser plusieurs critères : il possède un sens du travail en équipe. Son professionnalisme lui permet d'œuvrer en synergie avec les divers partenaires qui, chacun dans leur domaine, sont une pièce essentielle d'un immense puzzle. Aucun élément ne peut être minimisé, chacun ayant une fonction spécifique au sein de la manifestation.

Plus précisément, la qualité de l'accueil du public avec un personnel souriant, dans un lieu pensé pour la circonstance et en cohérence avec l'objet de l'événement doit susciter une ambiance propice à la rencontre. Le décor et l'ordonnancement de ce rendez-vous ne peuvent être négligés. Tout événement implique en amont une communication multimédia.

La mise en scène de l'ensemble doit bousculer nos habitudes pour nous emporter de notre quotidien vers un ailleurs... C'est bien ce mouvement que nous recherchons dans toute organisation événementielle.

Le but est de susciter chez le spectateur du plaisir. La notion du plaisir partagé est un gage de réussite. Pour y accéder, tel dans un bon film, la première image contextualise l'événement et les derniers instants doivent sublimer celui-ci. C'est sans équivoque cette dernière image que chacun va emporter et commenter.

L'objectif est de chercher à surprendre, étonner, sortir de la banalité, dépasser l'attente du spectateur, l'amener subtilement à vivre émotionnellement l'instant... afin de lui donner envie de revenir.

Lorsque cette alchimie de la rencontre avec le spectateur fonctionne, alors c'est gagné !

Serge Decoster

Photographe d'événements - Photos et feux d'artifice
www.sergedecoster.com



14 juillet 2013 à Paris - Fêtes et Feux / Ville de Paris
© Serge Decoster



FICHES TÉLÉCHARGEABLES

Fiche 5 - Table récapitulative des prestataires

		Cocher le besoin
Artistique	Animateurs - journalistes	<input type="checkbox"/>
	Artistes (acteurs, chanteurs, comédiens, acrobates, clowns, mimes, cirque, théâtre, imitateurs, danseurs, chorégraphes...)	<input type="checkbox"/>
	Bande son - Studios - Voix	<input type="checkbox"/>
	Eclairage - Mise en lumière - Intérieur et extérieur	<input type="checkbox"/>
	Effets spéciaux : pyrotechnie - jeux d'eau - lumières	<input type="checkbox"/>
	Pyrotechnie - Feu d'artifice	<input type="checkbox"/>
	Scénographie - Mise en scène	<input type="checkbox"/>
	Traiteur spécialisé	<input type="checkbox"/>
	Attractions, activités et moyens techniques ludiques	<input type="checkbox"/>
	...	<input type="checkbox"/>
...	<input type="checkbox"/>	
...	<input type="checkbox"/>	
Organisation	Accréditations : badges, laisser passer	<input type="checkbox"/>
	Accueil et orientation : hôtesse, accompagnement, traductions, interprétariat,	<input type="checkbox"/>
	Assurance Responsabilité civile - Annulation - Dommages aux biens confiés - Vol et vandalisme - Biens précieux...	<input type="checkbox"/>
	Barrières et clôtures fixes, amovibles, chantier, VIP... cheminements	<input type="checkbox"/>
	Billetterie et commercialisation : réseau de distribution	<input type="checkbox"/>
	Décoration : menuisiers, tapissiers, chefs opérateurs,	<input type="checkbox"/>
	Distribution électrique et fourniture énergie - Alimentation gaz	<input type="checkbox"/>
	Eclairage - Sécurité : accès, salles, chapiteaux, tribunes : spots, ballons, éclairages spéciaux	<input type="checkbox"/>
	Editions et graphisme : logo, charte graphique, invitations, flyers, affiches, livrets, programmes, plaquettes... + impression, routage...	<input type="checkbox"/>
	Enquêtes et sondages : fréquentation, notoriété, satisfaction, orientations, retombées économiques	<input type="checkbox"/>
	Etudes et organismes de contrôle - Vérification solidité, stabilité, conformité, qualité...	<input type="checkbox"/>
	Gardiennage - Sécurité - Escortes	<input type="checkbox"/>
	Gestion des véhicules : parkings, fléchages, voiriers	<input type="checkbox"/>
	Hébergement équipes techniques, invités, VIP	<input type="checkbox"/>
	Huissier de justice : constats	<input type="checkbox"/>
	Lieux : sites du patrimoine, lieux d'événements, centres de congrès, parcs expo, place publique, propriété privées, ...	<input type="checkbox"/>
	Livraisons et manutention : transporteurs, nacelles, charriots élévateurs, engins spéciaux de chantier...	<input type="checkbox"/>
	Météorologie : abonnements meteo, prévisions, statistiques	<input type="checkbox"/>
	Moyens audiovisuels : projections, caption, reportages, écrans géants, regie de réalisation...	<input type="checkbox"/>
	Moyens de communication : téléphonie, interphonie...	<input type="checkbox"/>
	Moyens de sonorisation : concert - spectacle - congrès - intérieur et extérieur	<input type="checkbox"/>
	Nettoyage et évacuation des déchets - Tri	<input type="checkbox"/>
	Photographes : reportages presse, souvenirs, suivi, réactivité	<input type="checkbox"/>
	Régisseur et équipe de régie : coordination logistique	<input type="checkbox"/>
	Relations presse : attachés de presse, media center, journalistes et argus médias : retombées médiatiques	<input type="checkbox"/>
	Relations publiques et protocole	<input type="checkbox"/>
	Restauration hors traiteur, catering, chaîne du froid et chaîne du chaud	<input type="checkbox"/>
	Sanitaires : intérieur et extérieur, autonome ou raccordable ; WC douches ou lavabos	<input type="checkbox"/>
	Sécurité - Secours / Services publics - Service médical	<input type="checkbox"/>
	Signalétique	<input type="checkbox"/>
	Structures (podiums, pontons, tribunes, bungalows, protection des sols, tentes, chapiteaux ...)	<input type="checkbox"/>
	Transports (train, avion, autocars, voitures avec ou sans chauffeurs, bateaux, hélicoptères, voiturettes, ...)	<input type="checkbox"/>
	Web : création et animation de site, streaming vidéo, extranet et intranet	<input type="checkbox"/>
...	<input type="checkbox"/>	
...	<input type="checkbox"/>	
...	<input type="checkbox"/>	