



* ANIMAFAC

ORGANISER UN FESTIVAL CULTUREL

LES GUIDES PRATIQUES D'ANIMAFAC



Edito

Se lancer dans l'organisation d'un festival culturel n'est pas une mince affaire. Pour relever ce défi de taille, il vous faudra beaucoup de volonté et de rigueur, ainsi qu'une patience à toute épreuve.

Chaque festival est singulier et c'est donc à vous qu'il reviendra de façonner le vôtre suivant l'objectif que vous vous êtes fixé. Malgré tout, certains éléments restant immuables, nous avons voulu ici rappeler les grandes étapes et obligations inhérentes à l'organisation de tout festival culturel.

Ainsi, de la naissance de votre idée jusqu'au lendemain de votre évènement, vous trouverez des pistes pour vous aider à franchir au mieux chaque étape de ce beau, mais néanmoins fastidieux voyage ! Ce guide, même s'il vous oriente parfois, reste avant tout un gros pense-bête qui vous suivra le temps de votre projet.

Constitution et animation d'une équipe, programmation, financements, communication, logistique... Chaque thématique sera abordée afin de vous fournir des éléments de base et des conseils pratiques qui, nous l'espérons, vous permettront de vous lancer plus sereinement dans votre projet...

SOMMAIRE

édito	P.3
I. DE L'IDÉE AU PROJET	P.7
1/ Le fond et la forme.....	P.7
2/ Constituer une équipe.....	P.8
II. S'ORGANISER	P.10
1/ Animer son équipe.....	P.11
2/ Planifier son projet.....	P.12
3/ Organiser un festival inter-associatif.....	P.14
III. TROUVER DES FINANCEMENTS	P.16
1/ Le dossier de présentation.....	P.17
2/ Les sources de financement.....	P.18
IV. DONNER CORPS AU FESTIVAL	P.28
1/ Le choix du lieu.....	P.29
2/ Les différentes formalités administratives.....	P.30
3/ La programmation.....	P.33
4/ Droits des artistes, devoirs de l'organisateur.....	P.34

V. COMMUNIQUER	P.36
1/ La charte graphique et ses déclinaisons.....	P.37
2/ Les relations presse	P.40
3/ La communication sur le terrain	P.42
VI. AVANT D'ENTRER EN SCENE	P.44
1/ Gérer votre équipe d'organisation.....	P.45
2/ Assurer la logistique.....	P.46
3/ Accueillir le public et soigner vos hôtes.....	P.47
VII. LE JOUR J	P.51
VIII. L'HEURE DU BILAN	P.53
ANNEXE	P.56

ORGANISER UN FESTIVAL CULTUREL - Septembre 2012 (2ème édition)

- Directrice de publicationBérénice Jond
- RédactionBenjamin Laugier et Camille Legault
- Conception graphique..... www.passemoilese.com
- PAO et iconographie.....Pauline Aubry
- Imprimé par Centr'Imprim
.....Rue Denis Papin - ZI "La Molière" BP 16 - 36101 ISSOUDUN Cedex

1/ De l'idée au projet

1/ LE FOND ET LA FORME.....P.7
2/ CONSTITUER UNE ÉQUIPE.....P.8



1/ LE FOND ET LA FORME

À l'origine d'un festival, outre l'envie de produire, au sens premier du terme «mettre devant», il y a surtout l'ambition de répondre à une attente. Votre démarche doit donc commencer par un questionnement :

« **Quoi ? Pourquoi ? Pour qui ?** »

La réponse à ces questions servira de fil rouge à votre démarche.

Pour bien commencer les choses, **réunissez les différents initiateurs du projet et formulez clairement votre idée**. L'essence de votre festival résidera dans la formulation d'une proposition artistique au public, qui permettra de répondre à un besoin identifié. Les ressources artistiques qui vous environnent sont inexistantes ? Elles sont sous-exploitées et vous souhaitez les défendre ? Un pan de la politique culturelle de votre université, ville ou département est délaissé ? Toutes ces questions méritent d'être posées car elles vous permettront d'identifier les actions déjà existantes et d'établir un diagnostic de la situation, auquel vous pourrez alors proposer une alternative.

Une fois cette démarche accomplie, vous allez pouvoir entrer dans le vif du sujet et vous poser les questions qui permettront de concrétiser votre projet, de lui donner un cadre de réalisation :

« **Où ? Quand ? Comment ?** »

Votre festival sera-t-il en extérieur ? Se déroulera-t-il dans un ou plusieurs lieux ?

Sur une courte ou longue période ? En journée ou en soirée ? Il sera également nécessaire de confronter ces éléments à la réalité, afin, par exemple, de **ne pas programmer votre festival en même temps qu'un autre événement de grande ampleur**. Une fois tous ces critères définis, vous pourrez alors définir vos besoins financiers, humains, techniques et administratifs.




En parallèle de ces réflexions, posez-vous également la question d'un événement responsable d'un point de vue écologique. Concernant le choix du site par exemple, optez pour un lieu facile d'accès et proche des transports en commun, un espace déjà équipé ou un site naturel, pour lequel vous assurerez qu'il ne présente pas de sensibilité écologique particulière.



Pour vous aider dans ces réflexions, n'hésitez pas à consulter le site de l'ADEME et le guide « Associations durables, comment éco-responsabiliser ses pratiques associatives ? », disponible sur www.animafac.net, rubrique « Boîte à outils » / « guides pratiques ».

Gardez également à l'esprit que l'organisation d'un tel événement nécessite un statut juridique, qui vous permettra de contracter une assurance, ouvrir un compte en banque, signer des conventions.. Le modèle associatif sans but lucratif (loi 1901) reste le plus simple et le plus pertinent.

 Pour plus d'informations sur cette question, vous pouvez consulter le guide pratique Animafac du porteur de projet et la fiche pratique « Créer son association, mode d'emploi », disponibles sur le site d'Animafac, rubrique « Boîte à outils ».

2/ CONSTITUER UNE ÉQUIPE

À l'origine d'un événement d'une telle ampleur, il y a un noyau dur. Un groupe qui va devoir porter le projet de A à Z et y consacrer beaucoup de temps et d'énergie, tout en faisant preuve de persévérance, de patience et de diplomatie. Afin d'assurer stabilité et solidité à votre organisation, **confiez à chacun des membres du noyau dur un poste clé dans l'organigramme.** S'ils sont à l'origine de l'idée, vous ne risquez pas de les voir abandonner en cours de route. Les rôles les plus importants seront donc assurés sur le long terme.

Au delà des membres initiateurs du projet, vous allez devoir vous entourer, déléguer des tâches et ainsi structurer peu à peu votre équipe et votre organisation interne. Un festival ne saurait se faire sans une équipe soudée, responsabilisée et motivée. **Pensez donc à mobiliser des bénévoles dès le début : associés en amont, ils se sentiront d'autant plus concernés par la réussite du festival.** Au-delà de cet investissement dans la préparation de l'événement, les bénévoles se révéleront également indispensables lorsqu'il vous faudra mener vos

campagnes de communication [distribution de flyers, collage d'affiches, tenue de stands d'information/préventes] et, le jour venu, quand il s'agira d'occuper tous les postes indispensables au bon déroulement du festival.

L'organisation par pôles d'activités ayant fait ses preuves, proposez à des individus motivés, fiables et compétents des postes clés tels que la programmation artistique, la communication, l'administration. Autour d'eux graveront d'autres membres, investis dans des postes tout aussi importants : l'accueil des artistes, les relations presse, la coordination des bénévoles, la gestion des prestataires, etc.

Afin d'avoir à l'esprit tous les postes pour lesquels il vous faudra du monde, établissez un organigramme. Cet exercice vous donnera un ordre d'idée sur le nombre de bénévoles dont vous aurez besoin et vous permettra de structurer l'organisation de votre projet.



SPATCH

II/5'organiser

- 1/ ANIMER SON EQUIPE.....P.11
- 2/ PLANIFIER SON PROJET.....P.12
- 3/ ORGANISER UN FESTIVAL
INTER-ASSOCIATIF.....P.14



1/ ANIMER SON ÉQUIPE

✓ Choisir un mode d'organisation

Une fois votre équipe constituée, vous allez jongler entre les réunions et les brainstormings à répétition. Pour ne pas verser dans l'excès et équilibrer la balance, faites le choix du mode d'organisation qui vous convient le mieux. Pour le déterminer, tenez compte du nombre de personnes concernées et des différents degrés d'implication de chacun.

✓ En commissions

Le fonctionnement par commissions convient tout particulièrement si vous êtes nombreux à organiser votre festival.

Il permet par ailleurs de donner plus de responsabilités aux membres actifs. Ainsi, chaque responsable d'une commission (par exemple la commission « programmation ») s'entoure d'une équipe avec laquelle il établit des orientations et suggestions qui seront ensuite synthétisées et débattues lors de la réunion des chargés de commissions. Économe en temps, ce fonctionnement repose sur la capacité de chaque chargé de commission à animer et mobiliser un groupe sur la durée.

✓ En Assemblées Générales

Le fonctionnement en Assemblées Générales fait écho à une volonté forte de cohésion et

QUESTION À DANAÉ HOGREL, LE PRINTEMPS DES ÉTUDIANTS (TOULOUSE)

Comment s'est organisée votre équipe, comment avez-vous réparti les tâches ?

« Tout au long de l'année le travail de préparation du festival est réparti en 5 commissions : « recherche de financements », « tremplin » [concours qui permet aux groupes retenus de se produire lors du festival], « communication », « programmation » et « après-midi artistique et culturel ». Les bénévoles se répartissent entre une ou plusieurs commissions. En général, les commissions se réunissent tous les 15 jours, selon leurs actualités. Ensuite, le bureau de l'association réunit les responsables de chaque commission. Le président, le vice-président, le trésorier et la secrétaire se retrouvent tous les 10/15

jours, pour coordonner l'action de l'association, voir où il y a besoin de coups de main... Chaque commission a une mailing-list pour échanger entre les réunions, tout comme le bureau. Les membres du bureau reçoivent en général les mails qui circulent sur toutes les mailing-list. Il existe aussi une mailing-list de tous les bénévoles où sont annoncées les AG qui ont lieu une à deux fois par mois et qui permettent à chaque commission de faire le point sur ses avancées (par exemple, c'est le moment où la commission tremplin annonce les lieux et dates des tremplins et si elle a besoin d'aide pour la préparation), et où le vote des grandes décisions est fait (comme la programmation). »

d'implication de tout un chacun dans les décisions qui, dans ce schéma, doivent être entérinées par la majorité.

Avec ce mode fonctionnement, votre programmation, vos choix de communication ou encore vos budgets sont systématiquement votés par chaque membre de l'association présent. N'hésitez pas, malgré tout, à organiser quelques réunions «satellites» sur des sujets qui méritent un débat ou une planification précise. Le cas échéant, vos AG risquent d'être interminables et très fréquentes.


✓ *Ménager ses troupes*

Tous les acteurs d'un festival ne sont pas investis au même degré. Certains seront plus assidus aux réunions, tandis que d'autres quitteront le navire avant la fin ou se présenteront à la dernière minute. Mais chaque contribution est précieuse et vous devez donc de ménager vos troupes : ne surchargez pas les bénévoles qui n'ont que peu de temps à consacrer au projet et n'épuisez pas les autres ! Convenez ensemble du temps que chacun peut consacrer au projet et adaptez les tâches en fonction de cette contrainte. Le temps sera votre principal ennemi, apprenez à le maîtriser.

✓ *Soigner la communication interne*

Afin de ne pas perdre l'énergie collective dans un trop plein de réunions et risquer de laisser vos troupes, nommez un responsable de la communication interne. Chargé de réunir les comptes rendus des commissions ou AG et de les transmettre aux absents

ou membres d'autres commissions, vous vous assurez ainsi que l'information est bien transmise et que tout le monde a bien connaissance de l'avancement du projet. Profitez des outils web les plus appropriés afin que rien n'échappe à quiconque : blogs, mailing list, documents partagés...

 *Pour en savoir plus sur ces outils, n'hésitez pas à consulter la fiche pratique d'Animafac, « Des outils web pour travailler en équipe ».*

Mais la communication interne, c'est aussi et surtout garder le contact. Ménagez donc également des temps plus informels autour d'un verre, qui vous permettront de souder vos équipes et de les remotiver tout faisant avancer le projet.

2/ PLANIFIER SON PROJET

Gérer son temps et celui des autres est une chose, gérer LE temps en est une autre. Pas de place laissée à l'improvisation lorsqu'il faut que la programmation soit ficelée, les programmes imprimés ou les dossiers déposés. Pour vous aider dans cette lourde tâche, deux outils indispensables : le rétroplanning et le chronogramme.

✓ *Le rétroplanning*

Comme son nom l'indique, c'est un planning inversé : sa construction doit donc débiter au jour J de l'événement et remonter le temps jusqu'à la décision d'organiser un festival. Pour le construire, partez de la date



et heure de fin de votre projet et remontez le temps pour identifier tout ce qui vous aura permis d'en arriver là. Déroulez ensuite chaque secteur (communication, logistique, programmation...) et identifiez les étapes-clé à ne pas oublier pour obtenir un événement réussi.

✓ *Le chronogramme*

Cet outil vous permet d'avoir une vision globale de votre projet dans le temps. Là encore, faites ressortir les différents pôles d'organisation liés à votre projet, ou alors ses étapes successives (préparation, réalisation et bilan par exemple) et transposez graphiquement la durée de chaque tâche.

Présent au-dessus de votre bureau, coloré et lisible, ce document sera votre métronome pour toute la durée du projet. Chaque tâche, délai, détail du festival doit y être inscrit. Il vous permettra aussi de ne pas tout faire en même temps et de tenir compte des différentes contraintes de temps.

 **Rendez-vous en annexe pour retrouver un exemple de chronogramme.**

✓ *Gérer les imprévus*

Il y en aura toujours ! Le jour J, quelque chose ne fonctionnera pas, votre tête d'affiche aura du retard ou la météo ne sera pas favorable. Un grain de sable peut à tout moment enrayer la machine que vous avez soigneusement huilée. Prenez donc vos dispositions, financières pour commencer : ajoutez une dernière ligne à votre budget intitulée «imprévus». Elle doit représenter entre 5 et 10% de vos dépenses totales. N'oubliez pas de prévoir aussi l'équivalent en trésorerie afin de pouvoir vous retourner en cas de pépin.

L'autre disposition est quant à elle psychologique : ne perdez pas votre calme si un imprévu se présente, cela risquerait d'en faire douter plus d'un. Néanmoins, ne laissez rien au hasard, certains imprévus peuvent s'anticiper. Par exemple, ne prévoyez pas un festival en extérieur si vous n'êtes pas en mesure de couvrir ne serait-ce que la scène en cas de pluie...

3/ ORGANISER UN FESTIVAL INTER-ASSOCIATIF

Si votre association n'est pas en mesure de tout assumer seule ou si vous souhaitez réunir plusieurs compétences associatives autour d'un collectif ou d'une fédération, vous pouvez envisager un type d'organisation basé sur le mode inter-associatif.

Si plusieurs structures sont déjà réunies à l'intérieur d'une méta-structure associative, toutes les démarches administratives et financières pourront être initiées depuis cette fédération. Si elles sont réunies autour d'un collectif non-inscrit au Journal Officiel, c'est l'une des associations qui devra porter le projet administrativement et financièrement.

Outre les aspects administratifs, l'organisation d'un festival par plusieurs associations induit **une mutualisation des compétences et une multiplication des réseaux autant qu'une rigueur organisationnelle.**

En effet, chaque association contient son lot de spécialités et de savoir-faire qui gagneront à être mis en commun. Mais **il faudra aussi être clair sur le «qui fait quoi ?» afin de ne pas laisser des pans de l'organisation tomber dans l'oubli**, ou de voir tout le monde travailler sur les mêmes questions. Ainsi, telle association pourra être en charge de la programmation musicale tandis qu'une autre saura davantage s'occuper de la programmation théâtrale.

Outre le principe de co-production, la simple collaboration inter-associative peut également être un modèle. Vous pouvez ainsi inviter certaines associations à s'investir plus ponctuellement. Qu'elles soient spécialisées dans la promotion du commerce équitable, la sécurité routière ou encore le développement durable, la mise à disposition de stands ou de temps de promotion (happenings, conférences, etc) lors de votre festival leur offrira une visibilité tout donnant une orientation et un engagement concret à votre projet culturel.



© www.stephane-gilbert.com

QUESTIONS À GABRIEL JUGE, ASSOCIATION ET FESTIVAL «LIBRES COMME L'ART» (PARIS)

Pourquoi avoir réuni plusieurs associations pour organiser un festival en commun ?

«La raison principale a été celle qui se traduirait par «l'union fait la force» : regrouper les forces de plusieurs associations permet, de fait, de toucher plus de monde (par les réseaux propres à chaque asso), de multiplier les demandes de financement (puisque chaque asso a «ses» financeurs déjà mis en confiance), de décupler le nombre de bénévoles potentiellement investis sur le projet, etc. C'est aussi un poids politique, puisque cela montre que nous représentons du monde et agissons sur des territoires différents et larges, et que nous savons mettre de côté les ambitions propres à chaque association pour porter un projet en commun.»


Quels modus operandi avez-vous appliqué ? (réunions, choix artistiques, répartitions des postes par associations, etc.)

«La première année (2008-2009), nous nous sommes organisés en collectif (association de fait). «Libres comme l'art» était piloté par deux comités : le comité représentatif (formé des représentants de chaque association et chargé de répartir les tâches entre celles-ci) et le comité pilote (composé des responsables de chaque secteur qui prend toutes les décisions

pratiques du festival), coordonnant les secteurs artistiques (musique, cinéma, spectacle vivant, arts plastiques, débats) et organisationnels (régie, communication). Chaque membre des associations participantes pouvait choisir de s'impliquer où il le souhaitait dans l'organisation. Chaque organe se réunissait régulièrement pour traiter des questions à l'ordre du jour, jusqu'à l'événement où une équipe supplémentaire de bénévoles (suite à un appel à bénévoles) est venu en renfort. Le contenu est venu d'un appel à projets diffusé au maximum, puis d'une sélection opérée par les secteurs artistiques en lien avec la régie. Cette année, l'association a été déclarée en préfecture.»

Quels peuvent être les inconvénients de la démarche ?

«Les inconvénients sont plutôt des écueils à éviter, par exemple qu'une association tende à trop vouloir se mettre en avant, que le projet inter-associatif prenne trop de place dans les projets de chaque association, que le déséquilibre s'installe entre les différents organes de gestion et d'organisation du festival... Il faut trouver le bon compromis entre la mise en valeur de chaque association membre et la mise en valeur du projet collectif (le festival).»

 Pour davantage d'informations concernant le modèle inter-associatif, consultez la fiche pratique «Organiser un événement inter-associatif» disponible sur le site d'Animafac, rubrique «Boîte à outils».

III/Trouver des financements

- 1/ LE DOSSIER DE PRÉSENTATION...P.17
- 2/ LESSOURCES DE FINANCEMENT...P.18



© Getty Images - www.gettyimages.com

1/ LE DOSSIER DE PRÉSENTATION

Le dossier de présentation constitue votre carte de visite auprès des institutions et de vos partenaires privés : **rien ne doit être laissé au hasard dans sa réalisation**. Voici un aperçu des éléments essentiels à retenir.

Votre dossier doit commencer par une présentation de votre association, son historique, ses objectifs et les membres qui la composent. **Soyez précis, synthétique et clair**. De la même manière, présentez ensuite le projet pour lequel vous sollicitez un financement. N'omettez pas d'intégrer votre projet dans un contexte précis (socioculturel, économique, géographique), qui vous permettra de justifier de son utilité et de sa pertinence.

Pour ne rien oublier, reprenez la formule qui vous a servi à construire votre projet : « Quoi, Qui, Quand, Où, Comment, Pourquoi ? ». Enfin, intégrez à votre dossier le budget et le calendrier prévisionnels, ainsi que des photographies et coupures de presse en annexe si cela vous paraît pertinent.


Afin de rédiger votre dossier, il faut vous réunir en petit comité et envisager à plusieurs sa composition, son style, sa mise en page... Tous ces éléments doivent vous amener à réaliser un dossier original, qui permettra à votre projet de se démarquer aux yeux de vos interlocuteurs. Ces derniers doivent avoir été ciblés au préalable et vous

n'aurez pas oublié d'intégrer les contraintes des délais de demandes de financements à votre calendrier prévisionnel.

Sachez que si vous avez moins d'un an d'existence, une demande de subvention en mairie, département ou région n'aura que peu de chances d'aboutir. Si vous avez plus d'un an d'existence, ne tapez pas pour autant à toutes les portes institutionnelles, **sélectionnez vos interlocuteurs en fonction de leur domaine d'intervention et des caractéristiques propres de votre festival**.

Joignez à votre dossier une lettre de présentation, sous forme d'une lettre de motivation : une première partie sur votre association et votre projet, une seconde sur votre partenaire afin de prouver que vous avez saisi ses objectifs et que vous ne le sollicitez pas par hasard et enfin, une dernière dans laquelle vous soulignez vos intérêts communs sur ce projet. N'oubliez pas d'indiquer la somme que vous demandez, tout en explicitant la façon dont vous envisagez de l'utiliser.

Par la suite, ne laissez pas la chance faire son œuvre, **prenez contact avec la personne en charge de votre dossier et assurez-vous qu'il soit arrivé sur le bon bureau, dans le bon service**.

 *Pour plus d'informations, vous pouvez consulter la fiche pratique « Réaliser son dossier de présentation » disponible sur le site d'Animafac, rubrique « Boîte à outils ».*

2/ LES SOURCES DE FINANCEMENT

L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

✓ *Les universités*

Il vous est fortement conseillé de prendre contact avec tous les acteurs pertinents du personnel administratif, du service culturel ou encore du Conseil d'administration de votre université si votre festival est en lien direct ou indirect avec celle-ci. Selon que votre festival se déroule dans l'université, qu'il soit organisé par des étudiants, pour des étudiants ou encore que son contenu soit principalement issu de la création étudiante, les personnes à contacter ne seront pas les mêmes. Ainsi, de votre président d'université à votre élu étudiant, en passant par le Conseil des études et de la vie universitaire, ciblez les bonnes personnes en fonction de leurs compétences.

✓ *Les écoles*

De nombreuses écoles organisent des festivals chaque année. L'esprit de transmission y étant plus développé, elles affichent souvent un taux de pérennisation d'initiatives plus élevé. Même si les équipes changent chaque année, les partenaires restent donc souvent les mêmes. Que vous preniez le relais sur un projet ou que vous soyez à l'initiative d'un premier festival, commencez donc par contacter un responsable de votre école afin de trouver un premier soutien.

Votre école étant dotée de fonds, elle pourra probablement vous apporter une aide finan-

cière mais aussi vous diriger vers d'autres structures, le plus souvent privées, qui pourront à leur tour vous soutenir.


✓ *Le FSDIE*

Le Fonds de Solidarité et de Développement des Initiatives Étudiantes est alimenté par une partie des droits d'inscription acquittés par les étudiants. Les crédits du FSDIE sont affectés à l'aide aux projets étudiants émanant des associations culturelles ou sportives, aux actions de solidarité, de bénévolat étudiant et à toute autre initiative collective. Chaque université reste cependant libre dans la définition de ses critères d'attribution. Pour les connaître précisément, ainsi que les démarches à accomplir et les dates de commission, prenez contact avec le service de la vie étudiante ou le service culturel de votre établissement.

Il est important de garder à l'esprit que **les personnes en charge d'étudier votre dossier seront globalement sensibles à l'impact de votre projet sur le public étudiant et à ses retombées pour l'université**, notamment en terme de visibilité. Les porteurs du projet devront donc, pour la majorité d'entre eux, être inscrits au sein de l'université sollicitée. Par ailleurs, les projets développés ne doivent pas être intégrés dans votre cursus ou faire l'objet d'une validation pour votre diplôme. Les sommes accordées oscillent entre 200 et 10 000 € en fonction du budget présenté. Sachez cependant que la somme accordée est en moyenne de 1 500 €.



© Benoit Casquet / Festival Silhouette

 Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique « *Obtenir des financements du FSDIE* », disponible sur le site d'Animafac.

✓ Les services culturels

Le service culturel d'une université a pour mission de proposer une politique culturelle sur le campus et au sein de l'université. Pourvu d'un budget annuel voté par le conseil d'administration de l'université, il a pour vocation d'organiser des expositions, des concerts... mais aussi de faciliter l'accès des étudiants à l'offre culturelle sur son territoire [théâtres, opéras, concerts].

Si ce service culturel présente déjà une politique à part entière, il n'est pour autant pas déconseillé de **rencontrer le responsable du service dès votre projet de festival rédigé**. Dans le meilleur des cas, il obtiendra la mise à disposition d'un lieu pour l'une de vos représentations ou une aide financière pour la prise en charge d'une partie de vos frais.


Sinon, il relaiera au moins votre projet auprès de l'université et du personnel administratif et enseignant, ce qui pourrait bien vous ouvrir quelques portes...

✓ Culture-ActionS

Le dispositif « Culture-ActionS » du CROUS comporte quatre fonds d'aide : Culture, ActionS/Engagement, Jeune talent et Culture scientifique et technique. Le premier est dédié au financement d'initiatives artistiques - individuelles ou collectives - dans des domaines divers : théâtre, littérature, cinéma, photographie, arts graphiques, danse, musique, peinture, sculpture... Le second porte sur les thèmes de la citoyenneté, de la solidarité locale et internationale, de l'environnement, du sport ou encore de l'économie. Le volet « Jeune talent » récompense particulièrement la création artistique étudiante. Enfin, le dernier volet soutient des projets mettant en avant la recherche.

Sachez que **cette aide est conditionnée au co-financement de votre projet**. Vous devez donc vous assurer, avant de déposer un dossier, du soutien d'un partenaire public ou privé.

La commission qui examinera votre dossier sera par ailleurs très attentive aux retombées de votre projet pour le milieu universitaire. Pour déposer un dossier, prenez rendez-vous avec le service des affaires culturelles, qui vous communiquera les dates exactes des commissions (en général, elles ont lieu en janvier, avril et juin). Comptez trois mois environ pour le traitement du dossier.

 Pour plus d'informations, consultez la *fiche pratique « Financer son projet avec Culture-ActionS »*, disponible sur le site d'Animafac. Et pour plus d'infos sur la politique culturelle du Réseau des Œuvres Universitaires (CNOUS et CROUS), rendez-vous sur www.culture.cnous.fr

LES SERVICES DÉCONCENTRÉS DE L'ÉTAT

Garants de la bonne mise en œuvre des actions de l'État à l'échelle locale, certains services déconcentrés peuvent constituer des interlocuteurs pertinents dans votre recherche de soutien.

✓ *Les Directions Régionales de la Jeunesse, des Sports et de la Cohésion Sociale (DRJSCS)*
Elles ont à la fois le rôle d'appui aux initiatives des jeunes et celui d'expert du monde associatif au sein des préfetures.

Certains dispositifs nationaux ont par ailleurs été déployés à l'échelle des départements et régions pour encourager les jeunes à initier tous types de projets, y compris culturels. Ne négligez pas ces coups de pouce, qui vous permettront en plus de bénéficier des conseils d'experts compétents en matière de politique culturelle ou d'organisation de projets.

✓ *Envie d'agir*

Premier dispositif national d'aide publique aux projets des 11-30 ans, Envie d'agir finance et accompagne des initiatives individuelles ou collectives dans tous les domaines : solidarité internationale ou de proximité, animation sociale et culturelle, développement durable, création d'entreprise... Le plus de ce programme est de vous apporter un soutien à la fois pédagogique, technique et financier, de l'émergence à la réalisation effective de votre projet.

LES PÔLES DE RECHERCHE ET D'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR (PRES)

Les Pôles de Recherche et d'Enseignement Supérieur ont été créés en 2006 afin de mutualiser les moyens et les activités des universités, grandes écoles et organismes de recherche d'un même territoire. Ainsi, de nombreux pôles ont déjà vu le jour un peu partout en France. Si votre association s'inscrit dans l'un de ces territoires, alors vous pourrez faire appel au service de la vie étudiante et culturelle de votre pôle, si bien sûr ce service commun existe.

Attention cependant : les associations ayant plusieurs années d'existence ou des projets déjà en cours n'ont pas vocation à bénéficier de ces aides.

Deux types d'aides sont accessibles au sein de ce dispositif :

■ **Projets-Jeunes** est un dispositif « coup de pouce » destiné aux jeunes porteurs de projet pour une première initiative, individuelle ou collective, dans les domaines de la culture, de la solidarité de proximité, les sciences et les techniques, les sports... L'aide financière est fixée à 1000 € maximum et ne peut excéder 50 % du budget total du projet. Elle est attribuée par un jury départemental qui se réunit environ une fois par mois.

■ **Défi-Jeunes** a pour objectif de soutenir les premiers projets qui présentent un caractère de défi personnel ou professionnalisant et qui ont un impact sur le projet de vie des jeunes. La bourse peut atteindre 6000 €, mais ne peut excéder 50 % du budget total.

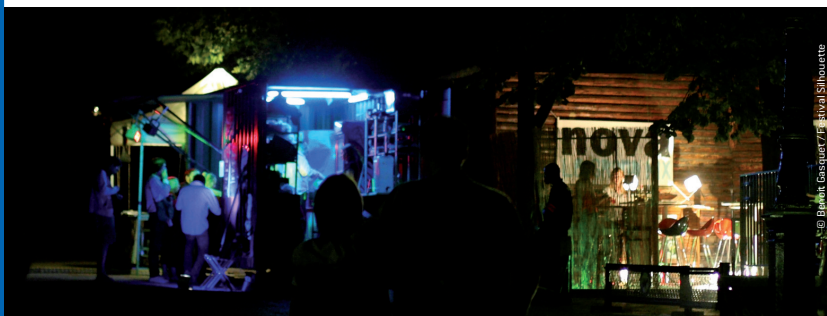
📖 *Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site Envie d'agir : www.enviedagir.fr*

⚠️ *Fortement menacé ces dernières années, le programme Envie d'Agir n'est pas forcément reconduit dans toutes les régions. N'hésitez pas à vous rapprocher de votre DRJSCS pour obtenir confirmation de son maintien.*

✓ **Les Directions Régionales des Affaires Culturelles (DRAC)**

Elles dépendent du ministère de la Culture et sont chargées de mettre en œuvre la politique culturelle définie par le gouvernement. Elles collaborent donc avec les collectivités afin d'apporter cohérence et expertise dans la définition d'une politique culturelle locale.

Même s'il devient de plus en plus délicat d'obtenir une subvention de la DRAC, n'hésitez pas à contacter l'un des délégués correspondant à votre secteur (musique, théâtre, danse, etc) : ce dernier pourra toujours vous orienter en termes de programmation et/ou de développement culturel.





LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Les collectivités constituent également un acteur majeur de votre recherche de subventions. Elles ont vocation à répondre à des objectifs précis en termes de développement culturel et tiennent donc un rôle important dans l'aide aux projets culturels. Avant de solliciter ces institutions, **assurez-vous cependant que votre action s'inscrit dans leur politique d'intervention et répond à leurs critères de sélection.** En effet, les mécanismes de chaque institution sont spécifiques. Les modalités pour approcher et concrétiser des partenariats durables restent cependant invariables.

Renseignez-vous bien en amont sur les dates de dépôt de dossier et assurez-vous avant chaque remise de dossier d'avoir établi un contact au préalable avec un élu ou un chargé de mission rattaché au département concerné. Préparez vos rendez-vous en structurant un discours précis. Enfin, tout

au long de votre projet, ne manquez jamais de tenir informés vos interlocuteurs de vos projets et réalisations, et ce même s'ils ne vous ont pas subventionné. Ils restent des financeurs potentiels pour vos projets futurs.

✓ *Les communes et structures intercommunales*

Votre commune ou structure intercommunale peut être une bonne alliée dans l'organisation d'un festival car de nombreux établissements culturels dépendent d'elle. Ainsi, à défaut de vous financer, elle pourra éventuellement vous mettre à disposition un établissement culturel (théâtre, salle polyvalente, etc). Pour ce faire, contactez le service culturel de votre mairie et demandez quel type d'aide il est prêt à vous apporter. La subvention étant évidemment une possibilité, formulez une demande. Le cas échéant, et si votre projet se tient bien dans la ville, faites votre possible pour que l'aide soit de l'ordre d'une **mise à disposition de locaux ou de matériel.**

✓ *Le Département (Conseil Général)*

Le Conseil Général est pourvu d'une direction de la culture ou des affaires culturelles. Hormis développer et mettre en place des projets culturels sur son territoire, le Conseil Général gère parfois certains établissements tels que musées, théâtres ou salles de concerts. De plus, il dispose d'un fond dédié au financement d'associations et de projets culturels et artistiques. Vous pouvez donc déposer une demande de subvention pour votre projet ou le fonctionnement de votre association.

Ces démarches doivent être entreprises très tôt dans l'année. En effet, la procédure étant relativement longue, il faut parfois attendre plusieurs semaines après la réalisation de votre projet pour recevoir la subvention.

✓ *La Région (Conseil Régional)*

Le Conseil Régional est souvent un partenaire très engagé dans l'aide aux associations. Les démarches pour déposer un dossier de subvention étant les mêmes que lorsque vous vous adressez au Conseil Général, anticipez votre demande.

L'UNION EUROPÉENNE

L'Union Européenne possède un gisement de subventions très large et les sommes allouées peuvent être importantes. Soyez rigoureux pour trouver le programme correspondant précisément à votre projet, qui doit, faut-il le rappeler, avoir une réelle valeur ajoutée européenne.

Ainsi, certains programmes requièrent des conditions de transnationalité ou un partenariat avec d'autres associations de pays membres de l'Union. Si votre projet n'est que national, évaluez sa pertinence au regard des objectifs communautaires, et lancez-vous !

📖 *Pour plus d'informations, consulter la fiche pratique Animafac « Monter un projet européen ».*



LES PARTENAIRES PRIVÉS

Faire appel à des organismes privés, qu'ils soient de petites ou grandes entreprises ou encore des fondations d'entreprise, est aussi indispensable que de solliciter les institutions. **Vous devez en effet chercher à diversifier vos financements**, pour montrer à chacun de vos partenaires qu'ils ne sont pas seuls à s'engager et que d'autres vous ont suivi. De plus, les structures privées peuvent parfois vous apporter précisément ce dont vous avez besoin.

Par exemple, les prestations professionnelles ou les biens de consommation sont parfois fort onéreux et vous n'aurez souvent pas les moyens de vous les offrir. **Or, une entreprise sera toujours plus encline à vous fournir une aide en nature plutôt qu'une aide financière**, et vous pourrez ainsi négocier le prêt de matériel pour votre sono, le don de nourriture et boissons pour nourrir vos équipes. Les possibilités sont nombreuses, ne les négligez pas !


✓ *Le mécénat*

Le mécénat est le soutien sans contrepartie d'une entreprise à un projet d'intérêt général. Autrement dit, l'entreprise ne peut pas attendre un retour de l'association à qui elle apporte une aide, même si le mécénat valorise de fait son image institutionnelle.

Une défiscalisation de l'ordre de 60% peut être effectuée sur les dons réalisés par les entreprises dans la limite de 0,5% du chiffre

d'affaires annuel (pour les particuliers, la déduction fiscale est égale à 66% du montant du don, et limitée à 20% du revenu imposable). N'hésitez pas à le mentionner. Par ailleurs, contrairement à ce que l'on pourrait croire, les PME (entreprises de moins de 100 salariés) constituent la majorité des entreprises mécènes. Sollicitez-les ! Enfin, au-delà du soutien financier, **les entreprises développent également le mécénat de compétences**, c'est à dire la mise à disposition de leurs salariés auprès d'associations, en fonction de leurs besoins.

Pour en savoir plus sur le mécénat de compétences, vous pouvez vous rendre sur la plateforme www.koeo.net qui met en relation les entreprises et les associations.

 *Consultez également le dossier dédié sur le site d'Animafac « Le mécénat de compétences ou comment relier les associations et les entreprises », disponible dans l'onglet « Magazine », rubrique « Vie associative »/ « dossiers ».*

Pour vous aider dans vos recherches de partenaires, l'Admical, qui promeut le mécénat d'entreprise en France, édite chaque année un répertoire des entreprises mécènes. Accessible en ligne gratuitement sur www.admical.org, vous y trouverez les noms et coordonnées des responsables pour chaque entreprise, ainsi que les critères de sélection des dossiers, les budgets alloués, etc.



Vous pouvez également consulter les sites www.fondations.org, www.mecenova.org ou encore www.imsentreprendre.com qui recensent une grande partie des entreprises mécènes ainsi que leurs champs d'interventions.

✓ Le sponsoring

Au contraire du mécénat, le sponsoring est un acte publicitaire : l'association devient un outil de communication pour le sponsor, dont la démarche est clairement commerciale. **Les publics que vous touchez par vos activités peuvent intéresser bon nombre d'entreprises** qui trouveront là un moyen facile de faire leur promotion. En fonction des caractéristiques de votre projet et du public que vous allez cibler, effectuez des recherches dans les annuaires professionnels (type pages jaunes, kompass, pagespro...). **Pensez aussi aux commerçants et petites entreprises de proximité**, forcément intéressés par une clientèle environnante. Cependant, soyez vigilants : il doit s'agir

d'un partenariat gagnant-gagnant. Aussi, réfléchissez en amont à ce que vous pourrez offrir à l'entreprise en termes de visibilité. À l'inverse, relisez attentivement les termes de l'accord. Certaines entreprises, sous couvert d'atteinte à leur image de marque, peuvent s'immiscer d'un peu trop près dans les affaires de l'association.

Pour en savoir plus, consultez les fiches pratiques Animafac « Rechercher et gérer des partenaires privés » et « Rédiger une convention de partenariat ».

LES FONDS PROPRES

Parmi toutes les sources de financement possibles, il en est une évidente au point qu'on l'oublie parfois : votre asso ! À travers la mise en place de différentes actions, vous pouvez ainsi financer une partie de votre projet. Petit tour d'horizon des possibles...

✓ La billetterie

Si vous avez choisi de faire payer l'entrée de votre festival, vous devez mettre en place un système de billetterie. Vendus en ligne, en prévente et sur place, les billets doivent se composer comme suit : un carnet de billets possède une souche et chaque billet contient un coupon de contrôle (celui que vous détachez à l'entrée du spectateur sur le site) et un coupon que le spectateur conserve. Le billet doit comporter le nom de l'association organisatrice, le numéro de billet et le prix d'entrée.




Une fois votre manifestation passée, conservez précieusement les souches et coupons de contrôle : ils vous serviront pour votre comptabilité, pour l'estimation précise du nombre de spectateurs ainsi qu'en cas de contrôle fiscal.

✓ La buvette

Si vous avez obtenu une autorisation de débit de boisson sur le site de votre festival (pour en savoir plus sur les démarches à effectuer, rendez-vous partie suivante !), la buvette sera une bonne source de financement. Faites cependant attention à ce qu'elle soit adaptée au nombre de spectateurs attendus : si vous attendez 700 per-


sonnes, ne soyez pas deux au bar avec une seule caisse...

Prévoyez large, les spectateurs ne sont pas venus pour attendre 30 minutes à la buvette entre les changements de plateaux, pendant l'entracte ou à la fin d'un spectacle. **Prévoyez un fond de caisse** et, si vous n'avez pas de caisse enregistreuse à disposition, sachez que vous pouvez en louer : cela s'avèrera fort pratique pour la comptabilité.

 *N'oubliez pas de penser à l'environnement : privilégiez les verres réutilisables ou recyclables, les fûts de bière plutôt que les bouteilles ou canettes, les jus de fruits labellisés commerce équitable...*

✓ *Le merchandising*

Casquettes, tee-shirts, posters... Les produits dérivés d'un festival peuvent être nombreux. Certains spectateurs seront ravis de repartir avec un souvenir s'ils ont apprécié le festival. Ces ventes ne constituent pas une source de financement très conséquente mais proposent un compromis pertinent entre communication et trésorerie. Avant de vous lancer, faites établir plusieurs devis et assurez-vous de bien utiliser la même charte graphique que celle des différents supports de communication du festival.

 *Une fois encore, n'oubliez pas l'environnement et privilégiez des supports publicitaires éthiques ou durables (textiles bio, objets recyclés ou recyclables...)*

LE FOND DE CAISSE

Lors de l'arrivée du public, billetterie, buvette et stands où vous vendez vos produits doivent être pourvus d'un fond de caisse. Vous éviterez ainsi de rendre à vos participants de la monnaie en pièces de 10 centimes, ou de ne pas pouvoir leur rendre du tout...

Pour obtenir un fond de caisse conséquent, il vous suffit de vous rendre dans votre banque suffisamment à l'avance et vous pourrez ainsi disposer de monnaie le jour J !

✓ *Les cotisations*

Les cotisations sont autant une source de financement qu'un outil de communication non négligeable. Elles vous permettront en effet d'obtenir les coordonnées des personnes les plus sensibles à votre démarche associative.

Vous pourrez ainsi les tenir informés de vos actions au travers de votre newsletter et, pourquoi pas, les retrouver prochainement parmi de nouveaux bénévoles !



IV/Donner corps au festival

1/ LE CHOIX DU LIEU.....	P.29
2/ LES DIFFÉRENTES FORMALITÉS ADMINISTRATIVES.....	P.30
3/ LA PROGRAMMATION.....	P.33
4/ DROITS DES ARTISTES, DEVOIRS DE L'ORGANISATEUR.....	P.34



1/ LE CHOIX DU LIEU

Le lieu de votre festival sera déterminant pour votre programmation. Que vous envisagiez d'organiser votre festival en extérieur, dans un théâtre ou ailleurs, le contenu artistique ne sera peut être pas le même, tout comme la logistique qu'il vous faudra déployer.

Vous devrez également développer des arguments pertinents afin de convaincre les responsables du lieu choisi de vous laisser investir leur territoire. **Votre choix ne doit donc pas se faire au hasard :** posez-vous la question de l'espace correspondant à vos besoins, de la place nécessaire à votre projet et du public que vous souhaitez cibler. Chaque lieu a une histoire et des caractéristiques propres, avec lesquelles il vous faudra composer.

Ce choix sera également déterminant pour la suite de votre projet : ainsi, selon que vous organisez un festival de cinéma, de musique ou encore de théâtre, le lieu qui accueillera votre projet devra correspondre aux demandes techniques des artistes programmés.

✓ *Dedans / dehors?*

Que vous ayez décidé d'organiser votre festival en intérieur ou en extérieur, **vous devrez élaborer une fiche technique générale de votre projet**, spécifique au choix pour lequel vous aurez opté : un festival en plein air entraînera ainsi de nombreuses contraintes

techniques et un déploiement logistique considérable ; à l'inverse, un festival dans un théâtre public par exemple vous demandera davantage de qualités relationnelles.

✓ *En extérieur*

Un festival en plein air nécessite de penser à tout : scène, sécurité, décoration du site, bar, toilettes... Vous devrez tout envisager et installer !

Ainsi, vous allez devoir lister tous les éléments nécessaires et la manière dont vous allez vous les procurer. La scène sera l'élément principal de votre festival et devra faire l'objet d'un contrôle par un organisme agréé qui validera sa viabilité. Vous devrez également faire attention à la conformité de votre matériel sonore et lumineux avec la réglementation en vigueur.

Accueillir du public, c'est aussi penser au confort et à l'hygiène : si votre manifestation est importante, des points d'eau et des toilettes mobiles doivent être prévus. Votre site se devant d'être accueillant, vous consacrerez aussi une ligne budgétaire pour son aménagement afin de le rendre agréable et pratique.

Pour finir et sans être exhaustif, le bar devra être autant fonctionnel pour vous que pour votre public : assurez-vous qu'il soit visible, éclairé et bien sûr que rien ne manque [monnaie, stock, gobelets].

LA FICHE TECHNIQUE

Chaque spectacle requiert une fiche technique. Fournie pas les artistes ou leur producteur, la fiche technique est la liste du matériel requise pour que musiciens, comédiens ou encore danseurs puissent réaliser leurs prestations. Elle est à distinguer de la fiche technique globale de votre festival. En effet, chaque groupe ne vous listera pas forcément le matériel nécessaire à l'amplification d'un concert ou à sa mise en lumière.

Néanmoins, la fiche technique d'un groupe de musique vous rappellera peut-être qu'il faut prévoir un certain nombre d'enceintes de «retour» et de pupitres à partitions, ainsi qu'une dimension minimum de scène ou encore la place nécessaire à chaque musicien. Chaque fiche technique devra être transmise à votre régisseur technique qui aura pour mission de veiller à ce que tout soit opérationnel le jour de la prestation.

✓ *En intérieur*

Un festival en intérieur peut se dérouler dans un théâtre, une salle de concert ou de cinéma, mais aussi dans les amphithéâtres de votre université ou dans tout autre équipement dédié qui vous sera alloué par une structure publique ou privée. Si les contraintes techniques et logistiques peuvent s'avérer moins conséquentes, vous allez en revanche devoir **redoubler de diplomatie envers les propriétaires des lieux ou le personnel permanent**. Ainsi, s'il s'agit d'un théâtre, il sera bienvenu que vous communiquiez les fiches techniques des artistes que vous aurez sélectionnés au directeur technique de l'établissement, car c'est lui qui assurera la prestation technique lors de la représentation.

Par ailleurs, et plus largement, le travail en amont concernant les accords administratifs est indispensable afin que soit gravées noir sur blanc les compétences et responsabilités de chacun.

2/ LES DIFFÉRENTES FORMALITÉS ADMINISTRATIVES

Ca y est, après avoir longuement cherché, vous avez enfin trouvé le lieu idéal pour votre festival ! Ne vous réjouissez pas trop vite, il vous reste encore quelques formalités à accomplir...

✓ *La réglementation*

Quel que soit le lieu choisi, vous devrez obéir à des réglementations précises de sécurité et de réception du public. Dans un premier temps, sachez que si votre festival se tient dans un établissement déjà habilité à recevoir du public, vos démarches seront simplifiées au maximum.

Le cas échéant, vous partez de zéro et aurez tout à faire. **Vous devrez commencer par obtenir l'autorisation d'organiser une manifestation accueillant du public.**

Elle s'obtient en Mairie (ou en Préfecture pour Paris, Lyon et Marseille) et est à demander à l'avance, dans des délais qui prennent en compte l'envergure de l'événement : 6 semaines avant la date prévue pour les propositions les plus légères et jusqu'à 5 mois pour les manifestations plus importantes. Vous établirez un dossier contenant la date et le lieu de l'événement, l'estimation de la fréquentation du public, les plans, les installations et infrastructures prévues, ainsi qu'une petite description du contenu artistique de votre festival.

L'obtention de cette autorisation implique que le lieu choisi ait fait l'objet d'une visite de sécurité et que vous ayez obtenu un avis favorable de la Commission de sécurité. Pour cela, **vous devez préparer un dossier de sécurité** qui doit comporter la présentation du projet, les dates et heures de représentation, la jauge, les plans de la manifestation, ainsi que les différents rapports attestant de la conformité des installations prévues (installations électriques, scène, structures...) aux exigences réglementaires.

Sachez également que si vous montez un chapiteau, une tente ou toute autre structure destinée à recevoir du public, vous aurez l'obligation de demander une autorisation d'ouverture au public : la demande doit être effectuée auprès du maire un mois à l'avance minimum, mais plus prudemment 6 à 8 semaines à l'avance. Elle doit là aussi être accompagnée du dossier de sécurité

et des éléments artistiques et techniques expliquant la nature de l'événement.

📖 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique Animafac « Organiser une manifestation dans l'espace public ».*

✓ **Les assurances**

S'assurer et assurer son public, ses bénévoles et ses artistes est une nécessité. En effet, la responsabilité civile est l'obligation, pour toute personne, de réparer les dommages causés à autrui.


Si vous possédez déjà une assurance de ce type, vérifiez qu'elle couvre bien la manifestation organisée, les lieux occupés temporairement par la manifestation ou encore l'intoxication alimentaire si vous avez prévu de proposer de quoi manger à votre public.





Hormis cette assurance, **il s'agira aussi d'assurer vos biens**, temporairement loués pour le festival. Cela peut se faire par le biais d'une extension de garantie demandée à votre assureur. Prévoyez aussi un gardiennage du matériel loué, par ailleurs exigé par les assureurs.


Enfin, les garanties complémentaires sont parfois les bienvenues lorsqu'un événement imprévisible vient empêcher le bon déroulement de votre projet. Ainsi, la garantie «annulation intempérie», qui vous permet de couvrir les frais engagés irrécupérables ou les recettes escomptées si votre événement est annulé à cause du temps, n'est pas prévue par tous les assureurs.

 *Sachez que L'APAC propose des contrats d'assurance à prix étudiants et sur mesure. Vous pouvez ainsi assurer votre asso à partir de 80 euros par an. Pour plus d'infos, rendez-vous sur le site www.etudiants.laligue.org*

✓ *L'ouverture d'un débit de boissons*
L'ouverture d'une buvette nécessite aussi

des formalités administratives. **Si vous souhaitez ouvrir un débit de boissons, vous devez en faire la demande à la mairie** dans la limite de cinq demandes annuelles. Pour les manifestations parisiennes, cette demande se fera auprès de la Préfecture de Police. Il s'agira évidemment d'une autorisation de débit temporaire et la vente sera limitée aux groupes 1 (boissons non-alcoolisées) et 2 (vin, cidre, bière).

Attention cependant, selon le code de la santé publique, aucun débit de boissons de 2e catégorie ne peut être établi à moins d'une certaine distance autour des édifices et établissements suivants : établissements de santé, maisons de retraite, hôpitaux et dispensaires, ainsi que stades, piscines, et terrains de sport. Cette interdiction s'étend parfois à d'autres édifices et établissements, rapprochez-vous de votre mairie ou préfecture pour en savoir plus.

 *Enfin, n'oubliez pas d'opter pour des gobelets en carton et disposez des poubelles de tri sur le site ou pensez à vous procurer des gobelets réutilisables en plastique dur.*

3/ LA PROGRAMMATION

La programmation est l'âme de votre festival. Lors de vos premières démarches, vous avez évoqué les orientations artistiques et culturelles de votre projet, avez pris en compte le contexte géographique et socioculturel dans lequel il s'inscrit et vous en avez dégagé une ligne éditoriale, un fil rouge. Reste à définir les modalités de votre sélection artistique.

✓ *Les appels à projets*

Faire appel à des groupes, compagnies ou artistes afin de pouvoir les auditionner et éventuellement, les programmer est monnaie courante dans les festivals, notamment étudiants. Arpentez donc tous les lieux de création dans un périmètre donné et/ou un domaine artistique ciblé, puis déposez des affiches faisant part de votre appel à projets, en étant précis sur l'objet de votre recherche. Cette méthode a fait ses preuves dans la diffusion de la création amateur, universitaire et semi-professionnelle (conservatoire, étudiants en art, etc). Elle peut donc correspondre à un festival ayant pour vocation de promouvoir la création émergente. Néanmoins, gardez en tête qu'il **peut-être bienvenu d'inviter des artistes ayant déjà de la notoriété afin de mieux faire connaître vos jeunes espoirs.**

✓ *La diffusion des productions locales*

Diffuser des artistes de votre ville, département ou région peut également être un choix

de programmation. **Pour cela, il sera nécessaire d'avoir à vos côtés un programmeur qui connaît bien la scène locale ou s'y attache en écumant les salles de concerts, les théâtres ou les expositions.** Si vous choisissez de diffuser des artistes issus de la scène locale, votre programmation peut se présenter comme un engagement culturel : c'est à cause du manque de représentation des groupes de musique locaux que vous avez choisi de les soutenir. Mais là encore, si vous souhaitez mieux faire connaître et entendre votre proposition, peut être est-il judicieux de penser à programmer également une tête d'affiche, qui fera déplacer le public.

✓ *Une tête d'affiche ?*

Avoir au sein de sa programmation une tête d'affiche est à la portée de tout festival. Mais au fait, une tête d'affiche, c'est quoi ? ! Ça peut être un groupe que vous propulsez en dernière partie de soirée et qui est le clou du spectacle parce qu'il est très festif ou très attendu. Ou un groupe très connu qui vous assurera une fréquentation élevée. Il faut cependant garder en tête que **si vous programmez des professionnels, il va falloir vous comporter comme tel en retour.**

Ainsi, au même titre que pour les amateurs ou les semi-pros, il vous faudra répondre à toutes leurs demandes d'ordre technique. Vous devrez également réussir à vous entendre sur le montant du cachet que vous serez en mesure de proposer, la prestation de professionnels n'étant généralement pas

offerte ni bon marché. Enfin, sans traiter vos invités comme des stars, il vous faudra assurer leur accueil sur place, avant et après leur représentation.

4/ DROITS DES ARTISTES, DEVOIRS DE L'ORGANISATEUR

✓ *La licence d'entrepreneur*

En tant qu'organisateur de spectacles, vous avez des responsabilités administratives précises. La licence d'entrepreneur du spectacle peut devenir une obligation si votre association organise plus de six spectacles ou représentations dans l'année. A moins de vouloir devenir professionnel dans l'organisation de spectacles, vous pourrez donc fonctionner sans licence.

Sachez cependant que vous devrez répondre à certaines obligations légales dans le cadre de l'embauche et de l'emploi d'un salarié du spectacle vivant. **Pour simplifier vos démarches administratives, un guichet unique a été mis en place, le GUSO.** Accessible sur internet ou par téléphone, ce service vous permet d'effectuer toutes les démarches nécessaires, grâce à un formulaire unique et simplifié.

 *Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.guso.com.fr*

✓ *La rémunération des artistes*

Après avoir établi votre programmation, contactez les artistes ou leurs producteurs et

obtenu leur accord pour qu'ils se produisent dans votre festival, il va falloir vous atteler à la préparation et la signature d'un document formalisant vos engagements mutuels : le contrat.

Deux types de contrats s'offrent à vous :

- le **contrat d'engagement**, qui vous lie à l'artiste et stipule le montant de sa prestation (dans ce cas, le GUSO peut vous aider à simplifier vos démarches d'employeur)
- ou le **contrat de cession**. Conclu entre le producteur et vous, il correspond à l'achat du spectacle hors taxes. C'est le producteur qui sera alors en charge de toutes les démarches administratives ad-hoc. N'hésitez pas à vous rapprocher de la DRAC de votre région ou de la direction départementale du travail pour plus d'informations.

Mais vos démarches ne s'arrêtent pas là. Les artistes touchent aussi des droits d'auteur. **Selon le domaine artistique auquel appartiennent vos artistes, les structures à contacter ne seront pas les mêmes.** Tour d'horizon et explications :

- **La SACEM** (Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique) protège les œuvres musicales françaises et étrangères exceptées celles tombées dans le domaine public (70 ans après le décès de l'auteur et du compositeur). Ainsi, hormis le cachet dû à l'artiste, vous devrez vous acquitter des droits à la SACEM.



© Famly Reynaud

Comment procéder ? 15 jours avant la manifestation (20% de réduction dans ce cas), contactez la SACEM pour obtenir son autorisation.

Elle vous fera parvenir un contrat que vous devrez lui retourner signé et, après la tenue de votre événement, **vous devez envoyer l'état des recettes et des dépenses de votre festival ainsi que le programme des œuvres diffusées.** La facture qui vous sera alors adressée par la SACEM sera calculée sur les recettes de vos entrées (8,8% pour la musique vivante, dans le cadre d'une manifestation se déroulant dans une enceinte de plus de 300m²) additionnée aux recettes annexes (4,4%). Si l'entrée est gratuite, vous n'y couperez pas non plus avec une ponction de 6,6% des recettes indirectes ou de 8,25% sur la musique enregistrée. www.sacem.fr

■ **La SACD** (Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques) est l'équivalent de la SACEM pour le théâtre et protège

donc les œuvres dramatiques. Que vous soyez une troupe de théâtre ou un diffuseur, si l'œuvre que vous allez interpréter ou diffuser n'est pas une œuvre originale, vous allez devoir déclarer son utilisation. Ainsi, concernant les organisateurs de spectacles, vous devez vous renseigner auprès du pôle Auteurs et Utilisateurs qui vous fournira les conditions générales de perception. www.sacd.fr/Reglement-des-droits.115.0.html

■ **L'ADAGP** (Société des Auteurs Dans les Arts Graphiques et Plastiques) sera votre interlocuteur si vous souhaitez utiliser une ou plusieurs œuvres d'un artiste référencé chez eux (peintre, sculpteur, photographe, etc.). Vous devrez alors vous rendre sur le site internet de l'ADAGP et leur adresser votre demande. Vous obtiendrez en retour une autorisation et l'on vous informera des droits d'auteur dont vous devrez vous acquitter. www.adagp.fr/FR/static_index.php

V/Communiquer

- 1/ LA CHARTE GRAPHIQUE
ET SES DÉCLINAISONS.....P.37
- 2/ LES RELATIONS PRESSE.....P.36
- 3/ LA COMMUNICATION
SUR LE TERRAINP.38



Avec la programmation, la communication est le second pilier d'un festival. Elle doit permettre de susciter la curiosité, l'engouement et l'envie. Sachez que la communication constituera bien souvent votre second poste de dépenses et mobilisera une bonne partie de vos ressources bénévoles. Ne négligez pas les moyens à déployer.

1/ LA CHARTE GRAPHIQUE ET SES DÉCLINAISONS

COLOREZ VOTRE IDENTITÉ !

Pour bien faire les choses, **vous devrez commencer par vous créer une identité graphique** : un logo pour votre association, un titre pertinent pour votre festival, une police identique dans tous vos documents. Rien ne doit être laissé au hasard. Si vous en avez les moyens, faites appel à un graphiste qui vous suggérera plusieurs pistes que vous pourrez ensuite soumettre aux membres de votre association et de votre entourage. Ceux-ci constituent en effet votre premier public. Ils sauront être critiques et prendre du recul. Une fois votre choix arrêté, vous pourrez alors mettre en route votre plan de communication et établir son calendrier prévisionnel.

✓ *Pré-flyer*

Afin de susciter la curiosité, mais aussi de vous positionner dans le paysage artistique et culturel, commencez par éditer un pré-flyer, même si votre programmation n'est pas encore bouclée. Les premières informations

que vous devez communiquer sont le nom de votre festival et les dates auxquelles il se tiendra. Le lieu et la programmation pourront être communiqués plus tard. Sachez qu'un pré-flyer s'édite environ trois mois avant la manifestation, vous pourrez donc y faire figurer les logos des partenaires ayant d'ores et déjà accepté de vous soutenir.

Vous pouvez également choisir d'opter pour la bonne vieille méthode du « teasing », qui consiste à distiller une information en plusieurs étapes : dans un premier temps, un message court et accrocheur ou un simple visuel interpelle le spectateur puis, dans un second temps, le même élément vient être complété par une précision, qui permet de communiquer le message complet. **Pratique et efficace, le « teasing » nécessite cependant de nombreux moyens humains ou financiers** si vous souhaitez que votre message soit vu par un large public.

✓ *L'affiche*

L'affiche de votre festival doit être construite à partir de la même charte graphique que le pré-flyer et constituer le deuxième outil de communication à élaborer et diffuser. **Elle doit comporter toutes les informations indispensables à la compréhension de votre message** : le nom du festival, les dates de tenue, la programmation complète ou seulement sa partie la plus attractive et enfin, le lieu. N'oubliez pas de mentionner un contact ou l'adresse de votre site web pour les personnes désirant des informations

complémentaires et faites y également figurer les logos de vos partenaires.



Une communication se fait difficilement sans supports imprimés, et donc sans utilisation massive de papier. Vous pouvez tout de même essayer de limiter votre impact écologique en envisageant des solutions durables : utilisez du papier recyclé et/ou éco labellisé, limitez les aplats de couleur sur vos supports papier ou susceptibles d'être imprimés, ciblez bien la diffusion de vos supports de communication pour les imprimer à minima tout en étant efficace et enfin, à l'heure du numérique, privilégiez une diffusion électronique ou groupée.

✓ **Le programme du festival**

Édité un mois avant la tenue de votre festival, il doit être lisible, pratique et attractif. **Ne négligez pas la mise en page de ce document qui doit être tout à fait clair pour votre public.** Ainsi, si le festival se tient sur plusieurs lieux, classez votre programmation par lieu. S'il se tient sur plusieurs jours et en un même lieu, optez pour le classement par dates. Autrement optez pour une présentation la plus lisible et compréhensible possible. Votre programme doit également contenir les tarifs, les modalités d'achat des billets et des indications précises quant au(x) lieu(x) où se tiendra votre événement. N'hésitez pas à y intégrer un plan si nécessaire. Enfin, un numéro de téléphone sera le bienvenu ou au moins une adresse mail permettant d'obtenir des infos supplémentaires. Encore une fois, les logos de vos partenaires figureront aussi sur ce document.

✓ **Internet**

Communiquer sans le web devient aujourd'hui difficilement envisageable, tant ce média a pris de l'importance dans nos pratiques quotidiennes. On ne peut donc que vous recommander de l'utiliser et de profiter des multiples possibilités qu'il offre pour le développement de votre communication.

■ **Un site web**

Si vous n'avez pas de site web, vous pouvez toujours créer un blog, qui vous offrira cependant moins de possibilités. Quelle que soit la plateforme que vous choisissiez (site ou blog), vous devrez y intégrer toutes les informations essentielles (programmation, dates, lieu, tarifs, horaires) au fur et à mesure qu'elles se préciseront. L'objectif de votre site étant de rendre votre festival attractif, n'hésitez pas à y inclure des photos, illustrations, compléments d'information...

■ **Les sites de vente en ligne**

Vous pouvez également inscrire votre festival auprès de tous les vendeurs officiels de billetterie en ligne (FNAC, ticket online, digitick, Carrefour, etc). Cet outil peut s'avérer fort efficace tant dans votre stratégie de communication que dans votre stratégie « commerciale ». Cela vous permettra de rendre votre festival encore plus visible et éventuellement d'obtenir de nombreuses ventes en amont de votre événement, ce qui n'est pas négligeable.



© Viktor/lyvada / www.gettyphoto.eu

Avoir une idée du nombre de billets vendus vous permettra également d'obtenir des infos sur l'engouement que votre projet suscite et, le cas échéant, d'affiner votre communication. Attention cependant, **avant de vous lancer, renseignez vous sur la commission appliquée à chaque vente**, afin de ne pas avoir de mauvaise surprise au moment de recevoir votre dû !

Sachez également que des solutions de substitution aux réseaux traditionnels de distribution de billets de spectacles sont apparues récemment. Ces outils en ligne vous permettent de mettre en place directement un module de billetterie sur votre site ou de créer entièrement un mini site événementiel avec un module de billetterie intégré. Dans la plupart des cas, ces services sont entièrement gratuits en dehors des 2,5% de commission retenus sur chaque ticket vendu.

 *Quelques exemples : weezevent.com, moxity.com, zenticket.com et amiando.com.*


Par ailleurs, **n'oubliez pas d'inscrire votre festival sur les sites internet qui référencent gratuitement les spectacles, concerts et festivals**, à l'échelle nationale ou plus locale. Enfin, gardez à l'esprit que

l'une des stratégies de communication les plus efficaces du web reste le partenariat : « je parle de toi, tu parles de moi ». Ainsi, afin d'être référencé au maximum, multipliez les demandes de partenariats avec les sites qui pourraient être intéressés par le contenu artistique de votre festival.

■ Les réseaux sociaux

Avec tout l'engouement qu'ils suscitent, les réseaux sociaux peuvent être de bons atouts et vous permettre de communiquer sur votre événement. **N'hésitez pas à créer un compte facebook ou encore twitter** au nom du festival, sur lequel vous mettrez à disposition toutes les infos nécessaires. N'oubliez pas de les alimenter régulièrement avec des vidéos, photos ou actualités susceptibles d'attirer l'attention.

Cependant, malgré le succès de ces réseaux, ne vous focalisez pas uniquement sur eux pour autant. Ils peuvent présenter un complément à votre stratégie de communication globale mais ne doivent pas en constituer l'élément principal.

 *Enfin, n'oubliez pas de vous servir également de l'espace « Communautés » du site d'Animafac pour faire parler de votre projet !*

2/ LES RELATIONS PRESSE

FAITES LA UNE !

Les relations presse que vous allez pouvoir développer vont constituer un atout majeur pour la réussite de votre projet. Tout d'abord, parce que c'est en grande partie la critique journalistique qui fait et défait les artistes, les spectacles ou les festivals. Ensuite, parce qu'un article positif dans un journal référence ne pourra que vous faire de la pub. Et enfin, parce que si la presse ne parle pas de votre festival mais qu'elle parle des artistes que vous avez programmés, vous aurez quand même atteint l'un de vos objectifs !

Lors de la définition de votre stratégie de communication et notamment de vos relations presse, vous allez devoir vous poser la question des médias que vous souhaitez cibler. **Le milieu culturel regorge de « gratuits » locaux, régionaux ou encore nationaux, n'hésitez pas à vous en servir !** Vous pouvez aussi contacter les différents responsables des agendas culturels de médias spécialisés et les éditions locales de votre municipalité ou de votre région, plus facilement accessibles.

Le champ médiatique étant vaste, n'hésitez pas à solliciter les TV, radios et journaux locaux. Ils pourront vous proposer une interview, ou simplement annoncer la tenue de votre festival. Ne négligez pas non plus la promotion de votre contenu artistique et, pour cela, **préparez-vous à savoir parler**

des artistes que vous avez programmés.

Pour mener à bien une bonne campagne « presse », une équipe en charge de ces relations s'impose. Elle se chargera de la rédaction des outils de communication dont la presse aura besoin pour parler de votre festival (communiqué et dossier de presse) et des relations avec ses représentants : prises de contact, réponses aux sollicitations...

LES OUTILS À VOTRE DISPOSITION

✓ *Le communiqué de presse*

Tout comme la description de votre projet dans votre dossier de présentation, votre communiqué de presse doit être clair et concis. Utilisez les mêmes formules précédemment citées : accentuez les aspects innovants, originaux, festifs ou sérieux de votre programmation. **Vous devez miser sur la singularité de votre événement et ses caractéristiques propres pour séduire vos interlocuteurs.**

Vous ne devez surtout pas expédier votre communiqué dans la nature, au petit bonheur la chance mais au contraire cibler au préalable les médias spécialisés, locaux et tous ceux qui seront susceptibles de relayer votre démarche. N'oubliez pas qu'un journaliste est souvent très sollicité, ce qui implique que sa messagerie est pleine et son bureau aussi. Ainsi, **une fois votre communiqué expédié par mail et/ou par courrier, pratiquez la relance téléphonique soutenue**, sans cependant en faire trop. A vous de trouver le juste équilibre.



✓ *Le dossier de presse*

Plus complet qu'un communiqué, votre dossier de presse doit contenir le détail de votre programmation et les informations sur les groupes, compagnies et artistes que vous avez invités. **A défaut de décrocher des articles sur votre festival, vous pourrez en effet obtenir des articles sur les artistes que vous programmez.** Pour ne pas vous retrouver au pied du mur, réunissez donc au préalable toutes les informations les concernant (biographies, photographies, discographies, etc). Votre dossier de presse doit par ailleurs être aéré et lisible. S'il est bien construit, le journaliste n'aura qu'à reprendre vos formules en se les appropriant, ce qui lui facilitera le travail et augmentera vos chances de décrocher un article. Enfin, l'envoi de votre dossier de presse devra suivre les mêmes règles que l'envoi du communiqué : interlocuteurs ciblés et relance adaptée.

✓ *La conférence de presse*

Facultative, la conférence de presse com-

porte néanmoins de sérieux avantages. Elle vous permettra notamment de rencontrer directement vos interlocuteurs pour leur présenter votre projet. Elle nécessite cependant un peu d'organisation : les invitations doivent être lancées à l'avance et là encore, ciblées. Et le jour J, les invités doivent être soignés : si vous programmez votre conférence de presse en matinée, offrez-leur le petit-déjeuner. Si elle se déroule en journée, prévoyez quelques rafraîchissements et en-cas. Dans tous les cas, confiez la parole au(x) responsable(s) de la programmation afin qu'ils puissent détailler et justifier leurs choix.

✓ *Les partenariats média*

La presse, si elle ne peut pas tout couvrir, pratique en revanche régulièrement la stratégie du partenariat. **Décrocher un partenariat média vous permettra d'obtenir de la visibilité sous forme de publicité, d'un publi-reportage ou d'une interview.** En échange, vous devrez par contre intégrer le logo du média concerné dans votre communication imprimée et/ou au travers de supports publicitaire sur le lieu de festival. Commencez par prendre contact avec le service partenariats du média ciblé et proposez un échange gagnant-gagnant. Servez-vous de votre dossier de presse comme support de présentation de votre projet.

 *Pour plus d'informations, consultez la fiche pratique « Communiquer sur son événement auprès des médias et du public ».*

3/ LA COMMUNICATION SUR LE TERRAIN

MENEZ CAMPAGNE !

La communication sur le terrain est d'autant plus importante que c'est l'outil qui vous permet d'obtenir le plus de « feedback ». En effet, c'est en quelque sorte votre laboratoire de communicant. Grâce à elle, **vous allez pouvoir être en contact direct avec votre public et capter ses attentes, ses critiques ou ses suggestions.**

Afin d'être original, vous pouvez prévoir d'organiser quelques « happenings » (performances) dans un lieu où le public que vous avez ciblé sera présent. De nombreuses campagnes de communication intègrent aujourd'hui ce mode de communication qui fait parfois l'actualité sur Internet. L'inventivité n'ayant pas de prix, faites preuve d'imagination et tentez de vous démarquer !

✓ *Le stand de préventes*

Tenir un stand sur le parvis de votre université ou dans l'équipement culturel qui accueillera votre festival est un outil majeur de communication avec votre public. Vous allez pouvoir y vendre vos billets en pré-vente et informer toutes les personnes susceptibles d'être intéressées par votre événement. Pour cela, vous devez commencer par obtenir une autorisation pour la tenue de votre stand dans le lieu choisi puis organiser vos équipes pour le tenir à des horaires clés.

Assurez-vous qu'il soit toujours pourvu en flyers, programmes, tickets, caisse et fonds de caisse, ainsi que de personnes pour le tenir ! Un planning dédié vous permettra de prévoir ce dernier point. La gestion de la comptabilité ne devant pas être laissée au hasard, briefez également vos équipes sur les règles de base pour la vente et l'encaissement des tickets.

Enfin, n'hésitez pas à animer votre stand, à le rendre original et accueillant dans le but d'y attirer le plus de monde possible !

✓ *Distribuer des flyers / coller des affiches*

Vous et votre équipe devrez faire le tour de tous les magasins spécialisés et des commerces environnants le lieu du festival pour y déposer des flyers. Pensez aussi à recouvrir les rotondes dédiées à l'affichage public. Toutes ces tâches devront être réalisées plusieurs fois afin de garantir une visibilité continue à votre événement. Montrez l'exemple et ne laissez pas ces basses besognes aux bénévoles qui auront tôt fait de se lasser et de vous lâcher !

C'est en plus une très **bonne occasion pour pratiquer le binôme ancien/nouveau** qui vous permettra de passer progressivement le relais les années suivantes. Ainsi, munis de vos flyers et affiches, **passer dans tous les lieux clés** pour distribuer et coller partout où cela vous est permis.

Concernant le dépôt des flyers, arpentez les universités, cités et restaurants universitaires, salles de spectacles, bars. Bref, tous les lieux susceptibles d'être fréquentés par votre public !

Attention cependant, la loi et le respect de l'environnement vous obligent à faire figurer sur vos flyers la mention « ne peut être jeté sur la voie publique ». L'affichage sauvage est, quant à lui, illégal.

✓ Une bouche et des oreilles

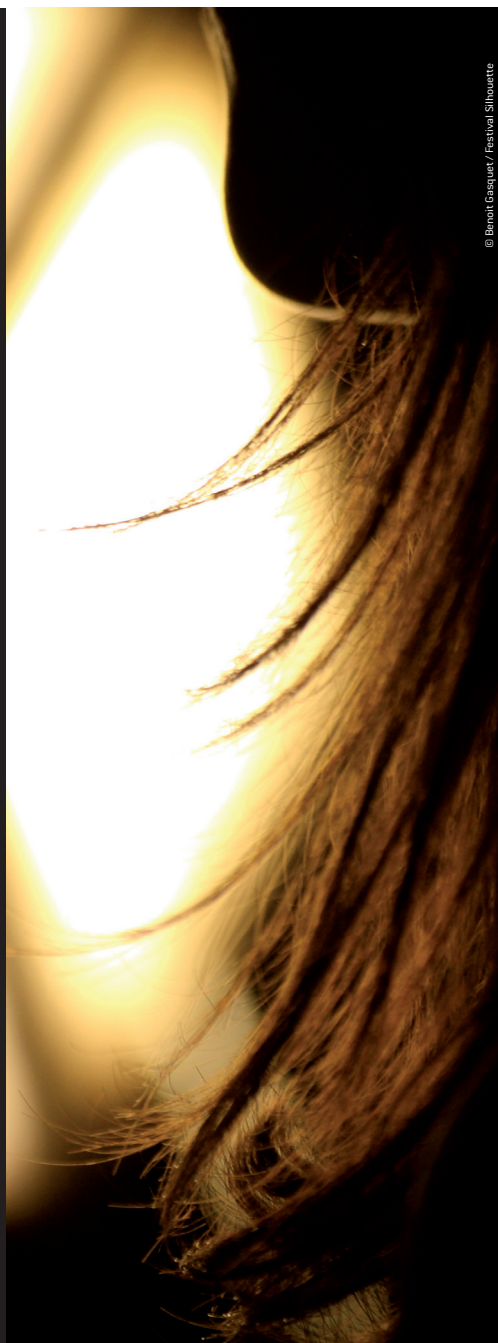
Parmi les outils de communication de terrain, certains, plus anciens et moins à la mode, permettent néanmoins d'obtenir de bons résultats. Le bouche-à-oreille, par exemple, nécessite peu de moyens pour un résultat optimal !

N'hésitez donc pas à véhiculer l'information simplement en en parlant à vos amis, qui en parleront à leurs amis, et ainsi de suite !



VI/Avant d'entrer en scène

- 1/ GÉRER VOTRE ÉQUIPE
D'ORGANISATION.....P.45
- 2/ ASSURER LA LOGISTIQUE.....P.46
- 3/ ACCUEILLIR LE PUBLIC
ET SOIGNER VOS HÔTES.....P.47



Vous y êtes presque, les jours se comptent sur les doigts de la main avant le jour J. C'est le moment pour vous de faire preuve de sang-froid, d'écoute et de composition.

1/ GÉRER VOTRE ÉQUIPE D'ORGANISATION

Afin de gérer au mieux toute votre équipe d'organisation, vous allez devoir démontrer vos qualités de meneur d'équipe et, si vous ne l'avez pas fait jusqu'à présent, déléguer.

Les bénévoles, s'ils restent les petites mains du festival, ne sont pas pour autant des fournis-soldat ! Vous devez donc les ménager. Proposez par exemple à ceux qui ont déjà beaucoup participé en amont du projet d'obtenir davantage de responsabilités le jour venu. Veillez par ailleurs à effectuer des roulements pour la réalisation des tâches les plus « ingrates », afin qu'elles ne soient pas toujours laissées aux mêmes personnes.

Vous devrez également former vos bénévoles aux tâches qu'ils auront à accomplir et les exclure de toute activité présentant un risque professionnel car ils ne bénéficient pas de la législation « accident du travail ».

Enfin, assurez-vous de les réunir une dernière fois avant la tenue du festival afin de favoriser l'esprit d'équipe et rappeler les responsabilités de chacun et les horaires à tenir. Dernière précision, sachez qu'il ne doit exister aucune rémunération de vos bénévoles,

hormis les remboursements sur justificatifs comptables (factures, tickets de caisse, etc.) des dépenses engagées en lien avec le projet.

✓ *Le catering : nourrir vos ouailles*

Le catering est l'approvisionnement en nourriture et boisson de l'équipe d'organisation. Durant le festival, vous avez en effet la responsabilité de nourrir vos équipes. Ainsi, au même titre que les artistes, fournissez à vos bénévoles et techniciens des badges ou bracelets afin de les distinguer du reste du public. Fournissez-leur également des contres marques afin qu'ils puissent obtenir deux repas dès lors qu'ils sont présents sur une journée entière.

L'équipe en charge de la restauration et/ou de la buvette devra donc préparer ou stocker les repas des membres de l'organisation. **Pour des raisons économiques évidentes, le traditionnel sandwich fera l'affaire**, à moins que vous réussissiez à négocier un autre approvisionnement par l'un des partenaires du festival.

✓ *L'accueil des artistes*

L'accueil des artistes n'est pas à négliger et doit faire l'objet d'une équipe spéciale à l'approche du festival. Aller les chercher à la gare ou à l'aéroport, les conduire à leur hôtel ou ne serait-ce que les nourrir avant et/ou après leurs représentations sont autant de responsabilités qui vous incombent. Lors de la signature du contrat de travail

vous liant à vos artistes, vous aurez détaillé vos engagements vis à vis d'eux, et devrez donc les honorer. N'oubliez pas de prévoir également, dans la mesure du possible, des loges et toilettes privatives sur le site du festival. Fournissez-leur également des badges ou bracelets estampillés «artistes» afin qu'ils puissent se déplacer librement sur tout le site.

2/ ASSURER LA LOGISTIQUE

Poste budgétaire important d'un festival, la logistique regroupe tout ce qui concerne l'équipement de votre lieu, l'hébergement et le transport des artistes, le suivi technique de l'ensemble de la manifestation...

✓ *Achats, stocks et prestataires*

Malgré tous les partenariats que vous aurez contractés pour réduire vos dépenses, vous ne couperez pas aux obligations d'achats de matériels, effets de décors, et autres détails qui, s'additionnant, finiront par prendre de la place. **N'oubliez pas de prévoir un espace de stockage en amont du festival et assurez vous que toutes vos commandes sont faites** (boissons, machines à pression, etc) et qu'elles vous seront bien livrées à l'adresse prévue (et non pas à l'adresse de facturation par exemple). Rappelez également vos prestataires techniques si besoin est afin de vous assurer que tout est en ordre de leur côté, quitte à revoir les fiches techniques de vos artistes une à une.

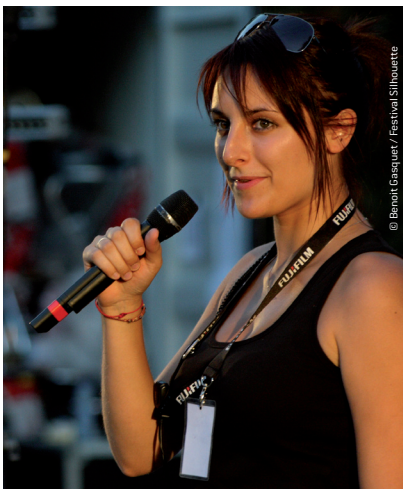


Concernant votre politique d'achat et le choix de vos équipements et prestataires, n'oubliez pas de vous poser des questions sur votre éco-responsabilité : Intégrez-vous des aspects environnementaux dans vos choix de produits ou de prestataires ? Pour la restauration, proposez-vous des produits de saison issus de l'agriculture locale, biologique ou équitable ? Aménagez-vous le site en utilisant des matériaux recyclés ? Distribuez-vous des objets promotionnels éco-conçus ?


✓ *Les transports et l'hébergement*

Vous aurez peut-être à louer un camion afin de transporter votre matériel. Si tel est le cas, vous devrez avoir au préalable demandé et comparé différents devis afin de choisir la société de location de véhicules utilitaires proposant la formule la plus avantageuse. Assurez-vous également d'avoir un conducteur détenteur du permis demandé. En cas d'accident, c'est l'assurance de votre structure qui sera contactée, vérifiez donc qu'elle couvre aussi les véhicules.

Vous devrez également vous préoccuper du transport de vos artistes, et plus spécifiquement des trajets gare/aéroport jusqu'au lieu du festival. N'oubliez donc pas de prévoir des bénévoles pour assurer cette tâche et vérifier bien au préalable les différents horaires d'arrivée et de départ. S'il est mentionné dans le contrat des artistes que vous devez vous occuper de la réservation de leurs billets, n'oubliez pas de le faire !



Ni de leur communiquer les informations et documents nécessaires à leur voyage. De même, pensez à prévoir les réservations pour l'hébergement de vos artistes, dans un hôtel proche du lieu du festival. Même si on ne vous demande pas de les loger dans un quatre étoiles, faites tout de même attention à la qualité de l'accueil et au niveau de confort proposé, afin de leur éviter toute mauvaise surprise.

 *Pour tout ce qui concerne les transports, essayez d'envisager là encore des solutions qui permettent de réduire leur impact environnemental : informez les participants des possibilités de co-voiturage et de transports collectifs et privilégiez l'utilisation de véhicules électriques pour vos déplacements.*

3/ ACCUEILLIR LE PUBLIC ET SOIGNER VOS HÔTES

L'accueil du public et sa gestion ne s'improvise pas. Si le lieu de votre festival n'est pas un lieu habituellement dédié à cette fonction, vous devez assurer la sécurité, la présence de sanitaires, une signalétique claire ainsi qu'un temps d'attente à l'entrée le moins long possible.

✓ La sécurité

Respecter la réglementation en matière de sécurité est une évidence dès lors que l'on reçoit du public. Si votre festival se déroule dans un lieu qui n'est pas habituellement habilité à recevoir du public, vous devez donc être encore plus vigilant sur cet aspect. Juger de la proximité d'extincteurs, de la solidité d'une scène mobile ou d'une installation électrique est l'affaire de professionnels. Ne négligez donc pas cette obligation et **assurez-vous les services d'organismes professionnels habilités pour vérifier que toutes les exigences en matière de sécurité sont respectées.**

Par ailleurs, vous allez peut-être devoir faire appel à une société de sécurité, afin de surveiller vos équipements la nuit et/ou afin qu'aucun problème ne vienne entraver le bon déroulement de votre festival. Ainsi, en fonction de l'ampleur de votre projet, contactez une société qui vous assurera cette prestation.

N'hésitez pas à mobiliser des membres bénévoles, qui seront davantage chargés de désamorcer tout malentendu et d'assurer le rôle de médiateur en cas de conflit. Les pompiers, la Croix Rouge ou la protection civile peuvent également être présents à titre préventif ou afin d'exercer les premiers secours en cas d'incident.

✓ *Les sanitaires et les déchets*

Si aucun sanitaire n'est présent sur le site du festival, vous devez absolument en prévoir. La location de toilettes mobiles étant parfois la seule issue, essayez d'opter pour des toilettes écologiques. Le retour de toilettes sèches sur le marché de la location reste le meilleur moyen de respecter l'environnement. Les toilettes chimiques sont par ailleurs souvent plus chères et surtout mal odorantes en cas de forte chaleur. Pensez également à louer des toilettes accessibles aux personnes à mobilité réduite.

 *Vous devrez prévoir bon nombre de poubelles afin de stocker les déchets.*

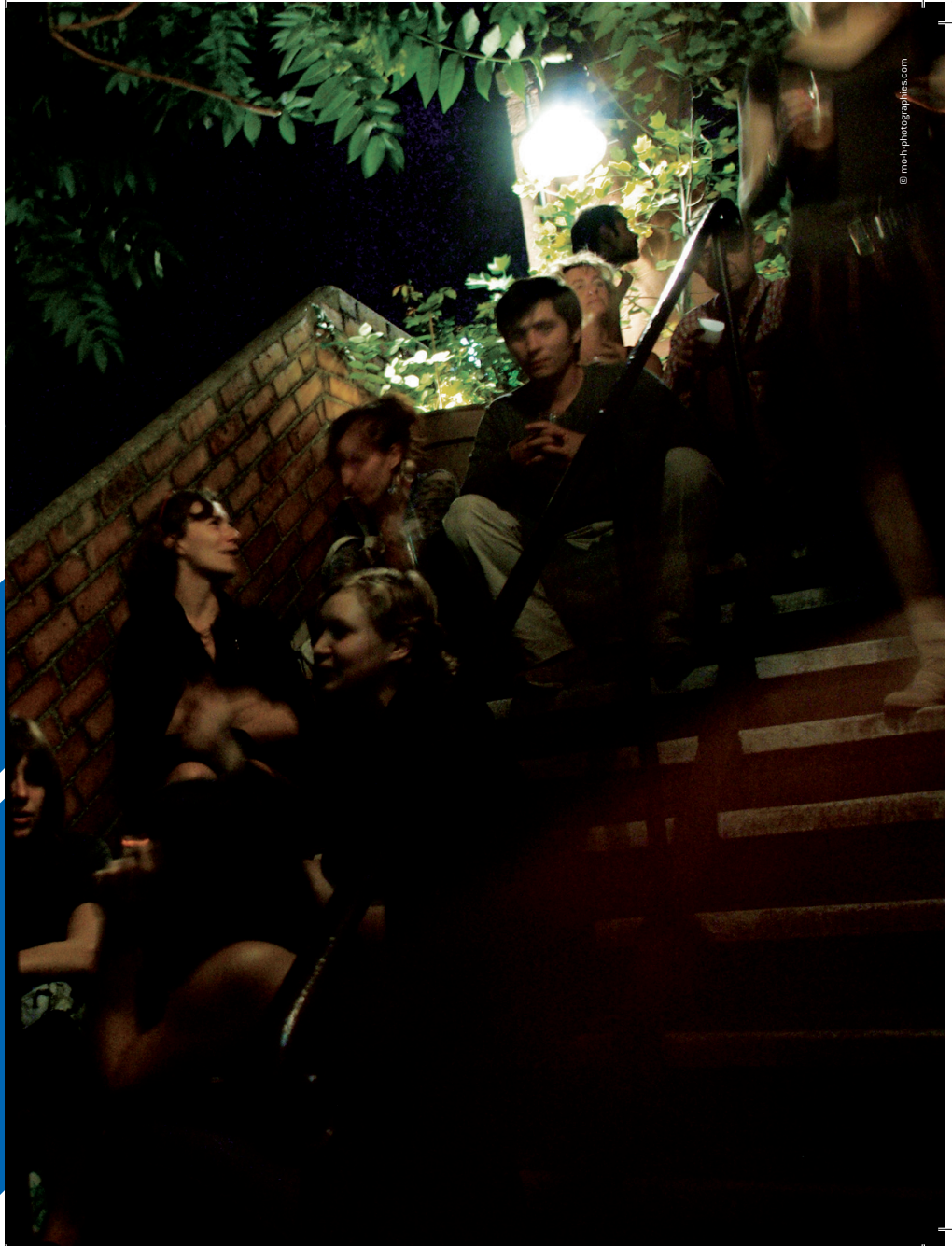
L'enjeu étant de réduire ceux-ci au maximum et de rester éco-responsable dans tous les aspects de votre festival, proposez des solutions alternatives : utilisez de la vaisselle réutilisable ou recyclable, pratiquez le tri des déchets et essayez de réduire, dans la mesure du possible, votre consommation d'énergie.

✓ *La signalétique*

Indiquer au public où se trouve le lieu de votre festival peut s'avérer pertinent lorsque celui-ci se tient dans un endroit inhabituel. Un fléchage de l'itinéraire menant au site doit être fait en collaboration avec les services municipaux, le fléchage sur la voie publique étant réglementé.

De plus une fois sur le site, il est bienvenu d'indiquer les différents points névralgiques du festival : scène, buvettes, toilettes, etc. Usez d'originalité dans votre signalétique, adaptez-la à votre décor, à l'esprit du festival et à votre charte graphique.





VII/ LE JOUR J



Les portes du festival vont s'ouvrir dans quelques instants. Vous avez tout prévu, du plus petit détail à la tâche la plus immanquable. Vos équipes sont au pied levé, toute la logistique est rôdée et chacun est à son poste. Malgré cette organisation minutée à la seconde près, soyez sûr que vous devrez toujours faire face à un imprévu. Pas de panique, si vous êtes responsable, patient, à l'écoute et fédérateur, vous trouverez toujours une solution pour y pallier.

✓ Les derniers préparatifs

Quelques heures avant l'heure H, posez-vous un instant avec vos plus proches collaborateurs afin de faire un tour de tous les détails, rouages et autres contraintes de dernière minute. Restez détendu, car vos équipes ressentiront à coup sûr vos incertitudes. Ne manquez pas de les encourager et de les rassurer, sachant qu'ils seront probablement aussi stressés et concernés que vous par la réussite de l'événement.

Sachez également qu'une grande quantité de questions va vous être posée pendant toute la durée du festival. Vous êtes le(s) coordinateur(s) et, en conséquence, **vous devez savoir répondre à toutes les questions et coordonner vos équipes en fonction des imprévus.**

Assurez-vous donc d'avoir à disposition tous les documents utiles (plan du site, planning des équipes, coordonnées...).

✓ L'accueil du public et des partenaires

La question des entrées sur le site de votre festival devra avoir été bien envisagée. La gestion des flux est très importante, notamment devant l'entrée du site. Par exemple, si le public fait la queue sur la voie publique en attendant que vous ouvriez les portes, vous êtes responsable de sa sécurité.

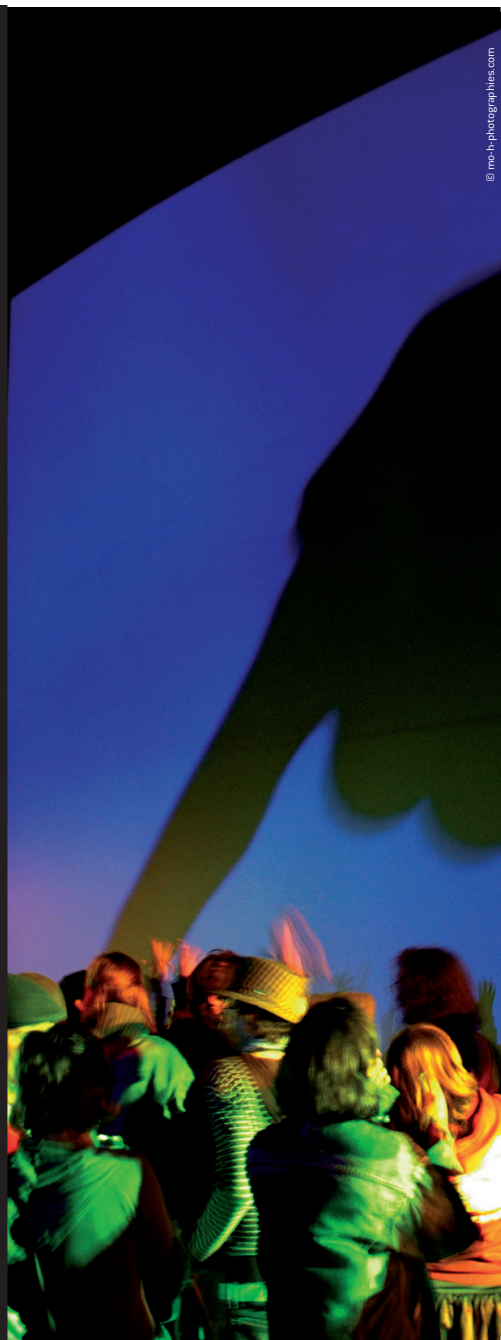
Prévoyez des barrières afin que les participants n'empiètent pas sur la route. De plus, de nombreux sites interdisent les bouteilles en verre et l'accès aux chiens ou à certains véhicules. Prévoyez donc d'effectuer un filtrage à l'entrée (entre l'entrée officielle et le guichet) où, assisté d'un membre de l'équipe de sécurité, vous éviterez l'introduction de tout objet interdit sur le lieu du festival.

Vous devez également vous assurer du bon accueil de vos partenaires publics, privés, média, etc. Si vous n'effectuez pas cet accueil vous-même, assurez-vous qu'une personne ou une équipe a bien été dédiée à cette tâche, et qu'elle possède toutes les informations nécessaires pour ne pas se tromper sur l'identité des personnes à bien chonner... !

✓ Et après ?

Une fois la journée terminée, ne vous relâchez pas : il vous faut encore remettre le site en l'état, vous assurer que tout est en place pour le lendemain et que plus personne n'est présent sur place, hormis l'équipe de sécurité, s'il y a lieu.

VIII/L'heure du bilan



Votre festival terminé, vous avez pris quelques jours de repos bien mérités et pensez déjà à votre prochain projet... Ne brûlez pas les étapes : avant de vous lancer dans une nouvelle aventure, il va falloir faire le bilan de celle qui s'achève. Ce temps incontournable va notamment vous permettre d'évaluer votre projet, d'en rendre compte à vos partenaires et de remercier les différents acteurs.

✓ *Le bilan moral*

Le bilan moral fait partie du dossier qui vous sera demandé par les structures qui vous auront financé. C'est un compte rendu de l'événement, dans lequel vous devrez dégager les points positifs et négatifs du déroulement du projet.

Le bilan moral est aussi l'occasion de «débriefer» du déroulement du festival avec tous les acteurs qui ont participé à son organisation. Une bonne réunion peut être la bienvenue en fin de festival. À froid, quelques jours après, chacun pourra énoncer les problèmes, les écueils qu'il a rencontrés. Ce sera aussi l'occasion pour vous de remercier tous les bénévoles qui ont participé au festival.

✓ *Le bilan financier*

Tout projet nécessite un bilan financier. Pour le réaliser, vous devez commencer par faire les comptes du festival : quelles ont été vos recettes, combien avez-vous dépensé, comment ? **Pour ne pas vous retrouver submergé, il aura été judicieux de tenir vos comptes au fur et à mesure de vos dépenses,** et

d'avoir instauré un système de comptabilité pour tout ce qui concerne les ventes réalisées sur place. Une fois toutes ces informations réunies, vous pourrez réaliser votre bilan financier en regroupant dans un même tableau l'ensemble de vos dépenses et de vos recettes.

Appuyez-vous sur votre budget prévisionnel, cela vous simplifiera les choses et vous permettra également d'avoir une vision des écarts entre ce que vous aviez prévu et ce qui a effectivement été réalisé.

Au-delà de son intérêt pour la tenue de votre comptabilité, le bilan financier vous sera de toute façon demandé par les structures qui vous ont financé.

Enfin, si vous n'avez pas encore réglé toutes vos factures, ne tardez pas à vous acquitter de vos dettes. Il serait dommage de perdre un prestataire pour un retard de paiement. N'oubliez pas également que si votre festival est porté par une association loi 1901, l'utilisation des bénéfices que vous aurez pu réaliser est réglementée. Faut-il le rappeler, vous ne pourrez pas les partager entre les membres mais devrez les réinvestir sur un autre projet !

✓ *Les remerciements*

Outre vos bénévoles, il vous faudra également remercier tous les partenaires qui vous ont soutenu, les personnalités qui sont venues sur le lieu du festival (et qui peuvent constituer de futurs partenaires...) ainsi que les artistes qui ont participé, en grande partie, à la réussite de votre projet. Un petit mail, une petite carte, à vous de voir sous quelle

forme vous souhaitez effectuer ce remerciement, mais faites-le ! **Il est important de maintenir une forme de lien avec toutes ces personnes, que vous ou vos successeurs seront probablement amenés à côtoyer ou solliciter à nouveau.**

N'oubliez pas de constituer également un dossier avec tous les documents importants relatifs à votre festival : dossier de présentation, photos, coupures de presse, outils de communication, bilan... Le travail de passation n'en sera que facilité.

✓ *Passer le relais*

D'ailleurs, est-ce qu'il n'est pas déjà temps de passer le relais ? ! L'organisation d'un festival nécessite beaucoup de temps et d'énergie, d'autant plus lorsque l'on étudie à côté.

Ainsi, **il est parfois bon de passer la main à un voire plusieurs membres actifs de l'association qui auront beaucoup œuvré pour le festival** et se sentent prêts à relever le défi à leur tour ! Il est en effet préférable que ce ou ces derniers aient eu un avant goût des responsabilités qui les attendent.

Le processus de pérennisation peut d'ailleurs commencer avant même l'organisation du festival grâce à la formation de binômes anciens/nouveaux qui travailleront ensemble à la constitution des dossiers de présentation et de presse ou sur d'autres aspects de l'organisation. Privilégiez également le temps de bilan pour les faire travailler ensemble à la production des bilans moraux précédemment cités.

QUESTION À RONAN BASLÉ - FESTIVAL ROCK'N SOLEX (RENNES)

Comment s'organise chaque année la passation entre les équipes d'organisation ?

« Rock'n Solex fêtera sa 44^{ème} édition en 2011. Le plus vieux festival étudiant de France est organisé par les étudiants de l'INSA de Rennes. Tous les ans, de nouveaux responsables prennent le relais. 5 postes clés chapotent le projet. L'un à la programmation, un autre aux finances, un à la logistique, un à la communication et enfin un dernier à l'administration générale. Chaque année les responsables choisissent un successeur qui l'accompagnera tout au long du projet afin d'être pleinement intégré et prêt pour l'édition dont il sera responsable l'année suivante.

Il en va de même pour les bénévoles qui n'occupent pas les postes de responsables mais qui souhaitent s'impliquer davantage l'année suivante. Par ailleurs, depuis que le festival existe, nous avons constitué une sorte de «Bible» qui contient toutes les informations relatives à l'organisation du festival (contacts, conseils, écueils, évolutions, innovations, programmation, etc). Ainsi, cette «Bible» est transmise aux successeurs à la fin de l'année universitaire. Enfin, l'année qui suit, les organisateurs de l'année précédente font en sorte d'être disponibles tout en restant discrets afin de pouvoir aiguiller ou conseiller les nouveaux responsables.»



Annexe



EXEMPLE - PLANNING PREVISIONNEL DU PROJET X

	sept	oct	nov	déc	janv	fév	mars	avril	mai	juin	juil
PREPARATION											
Choix du lieu											
Choix des artistes											
Rédaction du dossier de présentation											
Recherche de financements											
MISE EN ŒUVRE DU PROJET											
Administratif											
Dossier de sécurité											
Demandes d'autorisation											
Assurances											
Signature des contrats artistes											
Communication											
Conception supports											
Impression supports											
Diffusion supports											
Logistique											
Fiches techniques des spectacles											
Commande des achats et matériels											
Signalétique											
Evènement											
BILAN											
Rédaction bilan											
Diffusion bilan											

15-mai
X

notes

23, rue Dagorno – 75012 Paris
Tel. 01 42 22 15 15 – Fax 01 42 22 53 15
info@animafac.net
www.animafac.net



Réseau d'échange d'expériences et centre de ressources pour les initiatives étudiantes, Animafac propose des outils de développement et des espaces d'échange à plus de 12 000 associations.

Le site www.animafac.net propose un panel de publications, dont une collection de guides pratiques, au service du fait associatif étudiant et de son dynamisme.

23, rue Dagorno – 75012 Paris
Tel. 01 42 22 15 15 – Fax 01 42 22 53 15
info@animafac.net
www.animafac.net

ORGANISER UN FESTIVAL CULTUREL

Edité par Animafac, en partenariat avec le ministère de la Culture et de la Communication et le CNOUS, le présent guide se veut, comme toute la collection des guides pratiques d'Animafac, un outil d'aide à l'engagement étudiant.

Que vous soyez passionné de musique, de théâtre ou de photographie, il vous donnera toutes les clés pour organiser votre festival dans les règles de l'Art !

Démarches administratives, communication, programmation, vous retrouverez ici tous les éléments et les ressources utiles pour vous aider à concrétiser votre projet. Alors, n'hésitez plus, lancez vous !

