

## Référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation : Chef de projets événementiels

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION	
		MODALITES D'EVALUATION	CRITERES D'EVALUATION
<b>Bloc 1 : CONCEPTION DE L'EVENEMENT ET DE LA COMMUNICATION ASSOCIEE</b>			
<b>A1. Analyse du besoin et de la demande du commanditaire</b>	<p><b>CA.A.1 Traduire la problématique client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyser un appel d'offres lancé par un client externe ou en accompagnant le client dans la formulation de ses objectifs lors de la prise de brief,</li> <li>▪ Analyser les moyens du client (ressources internes, budgets) au regard de ses ambitions,</li> <li>▪ Définir les enjeux, les contraintes et le périmètre du projet.</li> <li>▪ Etablir les deadlines relatifs à la réponse à l'appel d'offres</li> </ul> <p><b>Pour concevoir et proposer une solution de communication événementielle pertinente.</b></p>	<p><b>Etude de cas en mode projet : reformulation du brief</b></p> <p><b>ME A1.1</b> Production du tableau synoptique de l'événement</p> <p><b>ME A1.2</b> Elaboration d'une note de synthèse interne et/ou externe de la problématique client des objectifs et des contraintes suite aux réponses du commanditaire à un nombre déterminé des questions posées. Formulation des étapes de la réponse à appel d'offres.</p> <p><b>Livrables :</b> Note de synthèse et tableau synoptique</p>	<p><b>Critères</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRA.1.a. Il identifie les carences d'informations et les informations parasites ou inutiles fournies par le brief</li> <li>▪ CRA.1.b. Il couvre l'ensemble des points essentiels nécessaires à l'élaboration d'une future proposition sans se perdre dans du détail superflu,</li> <li>▪ CRA.1.c. Il formule ses questions avec précision pour éviter des réponses ambiguës,</li> <li>▪ CRA.1.d. Il formule ses questions sans jargon métier pour être compréhensible de son commanditaire,</li> <li>▪ CRA.1.e. Il rédige ses questions dans un français correct et adapté</li> </ul>

			au registre de l'échange commercial.
<b>A.2 Conception de la recommandation client</b>	<p><b>CA.A.2 Concevoir l'événement et la communication associées</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intégrer les spécificités de la (des) cible(s),</li> <li>▪ Mobiliser sa veille pour identifier les stratégies événementielles des concurrents du commanditaire ainsi que les tendances et nouveautés en termes d'événementiel sur son marché,</li> <li>▪ Opérer des choix de prestations en adéquation avec le concept imaginé pour l'événement,</li> <li>▪ Optimiser le format de l'événement en privilégiant des solutions digitales et innovantes,</li> <li>▪ Briefer les services graphistes/ créatifs/web internes ou externes en vue de la réalisation des éléments de communication autour de l'événement : Teasers/Save the Date/Invitations/Web/Animation des réseaux sociaux,</li> <li>▪ En agence, effectuer un benchmark de l'offre des agences concurrentes,</li> </ul> <p><b>Pour bâtir une recommandation client actuelle, innovante, réaliste et source de différenciation.</b></p>	<p><b>Etude de cas en mode projet : sélection des prestations de la recommandation</b></p> <p><b>ME A2.1</b> Rédaction d'un SWOT présentant les préconisations envisagées à faire valider par sa hiérarchie</p> <p><b>ME A2.2</b> Production d'une synthèse des prestataires présélectionnés et du synoptique enrichi pour validation auprès de sa hiérarchie</p> <p><b>ME A2.3</b> Production d'un brief à l'attention des services graphistes/créatifs/web/ Community Managers internes ou externes</p> <p><b>Livrables :</b>  Note de synthèse + tableau synoptique enrichi  Brief à l'attention de l'équipe « créa »</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRA.2.a. Le positionnement de l'événement répond aux objectifs du client et est conforme à l'image que ce dernier souhaite véhiculer,</li> <li>▪ CRA.2.b. Il satisfait les contraintes du client,</li> <li>▪ CRA.2.c. Il prend en compte les tendances du marché,</li> <li>▪ CRA.2.d. Les outils de veille sont multiples (web, réseau, événements de la profession, études...),</li> <li>▪ CRA.2.e. Le choix du concept et les prestations associées (destination, hébergement, site événementiel, restauration, animations, utilisation des solutions digitales...) sont cohérents au regard de l'identité du commanditaire,</li> </ul>
<b>A.3 Montage du budget et de la présentation</b>	<b>CA.A.3 Bâtir les supports de la recommandation</b>	<b>Mise en situation professionnelle en mode projet : « Reco » client</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRA.3.a. La proposition répond, le cas échéant, au format exigé par le commanditaire,</li> </ul>

<b>destinée au commanditaire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Valoriser les points forts de la proposition et sa valeur ajoutée en réponse à la demande du client</li> <li>▪ Ventiler les moyens budgétaires, action par action en dégagant une marge satisfaisante</li> <li>▪ Formater, en cas d'appel d'offres, sa réponse selon les exigences du commanditaire</li> </ul> <p><b>Pour présenter au commanditaire (ou faire présenter par sa hiérarchie) une solution pertinente et attractive.</b></p>	<p><b>ME A3.1</b> Production d'un dossier détaillé de sa proposition à l'attention du commanditaire</p> <p><b>ME A3.2</b> Production d'un support de présentation orale (PPT, Prezi...), outils de validation du projet</p> <p><b>ME A.3</b> Réalisation d'un budget poste par poste répondant à la fois aux exigences du client et aux impératifs de vente de sa structure</p> <p><b>Livrables :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Dossier de présentation</li> <li>-Support de présentation orale type PPT</li> <li>-Budget détaillé poste par poste, TVA apparente et partie ACHAT/VENTE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRA.3.b. Elle met en avant et justifie les choix artistiques, organisationnels et logistiques,</li> <li>▪ CR.A3.c. Les choix de prestations sont argumentés au regard des objectifs et de(s) cibles(s),</li> <li>▪ CRA.3.d. Les points forts de la proposition sont valorisés,</li> <li>▪ CRA.3.e. Le budget est formulé poste par poste. La TVA, variable selon la nature des prestations, est ressorti.</li> <li>▪ CRA.3.f. Le budget comporte une partie achat et une partie vente : la marge est calculée et assure la rentabilité de l'opération</li> </ul>
----------------------------------	---	--	---

**Bloc 2 : PRODUCTION DE L'ÉVÈNEMENT**

<b>B1 Préparation et conduite des opérations de repérage</b>	<p><b>CA.B.1 Préparer et mener les opérations de repérage de l'évènement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Répertorier les prestations à affiner</li> <li>▪ Organiser, en concertation avec son commanditaire et les différents prestataires (commerciaux hôtels, site, régisseurs techniques, restaurateurs, etc..) les visites nécessaires</li> <li>▪ Mener le repérage en vue de la validation finale des prestations et du déroulé de l'évènement</li> </ul>	<p><b>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle, visite d'un site événementiel afin de mener un "mini-repérage"</b></p> <p><b>ME B1.1</b> Rédaction d'un carnet de repérage reprenant tous les aspects à étudier sur le terrain</p> <p><b>ME B1.2</b> Rédaction d'un compte rendu de repérage</p> <p><b>Livrables :</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRB.1.a. La liste des prestataires à auditer est exhaustive</li> <li>▪ CRB.1.b. Les aspects logistiques et techniques à valider sont détaillés et complets dans le soucis du timing et des impératifs du déroulé de l'évènement</li> <li>▪ CRB.1.c. Le carnet de repérage est décliné en deux versions : une pour le chef de projet, une pour le commanditaire</li> </ul>
--	---	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Garantir la qualité des prestations en conformité avec la demande et budget du commanditaires par des négociations affinées avec les prestataires</li> <li>▪ Prévoir des solutions de back-up en cas de défaillance d'un prestataire ou d'un individu,</li> <li>▪ Couvrir l'ensemble des points de sécurisation des biens et des personnes,</li> </ul> <p><b>Pour sécuriser le déroulé et la qualité de l'évènement tout en limitant les risques.</b></p>	<p>-Carnet de repérage AGENCE/CLIENT -Compte-rendu de repérage AGENCE/CLIENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CR.B.1.d. Le compte-rendu de repérage est le plus exhaustif possible afin de garantir la qualité et bon déroulé de l'évènement</li> <li>▪ CRB.1.e. Le client est valorisé afin de créer de favoriser la fidélisation</li> </ul>
<p><b>B2</b> <b>Rédaction du dossier technique détaillé de l'évènement</b></p>	<p><b>CA.B.2 Rédiger le dossier technique détaillé du projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Découper le projet par lots selon éléments validés lors du repérage,</li> <li>▪ Elaborer le contrat de prestation client et les factures d'acomptes correspondantes,</li> <li>▪ Définir les outils de suivi du projet : rétro-planning, suivi administratif, réglementaire et budgétaire, reporting interne et reporting client, satisfaction de(s) cible(s),</li> <li>▪ Affecter leurs missions aux différents acteurs : Assistant Chef de Projets/Chargé de projets, équipe créative, etc... (internes) ou prestataires (externes), dans le respect du rétroplanning</li> <li>▪ Assurer le suivi et la gestion des participants avec le(s) chargé(s) de projet ainsi que la réactualisation régulière des tableaux de bord dédiés à l'évènement</li> <li>▪ S'assurer du règlement des acomptes client</li> </ul>	<p><b>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle : les outils de suivi du projet</b></p> <p><b>ME B2.1</b> Elaboration d'un retroplanning du projet reprenant l'ensemble des deadlines liées à la logistique et aux aspects administratifs</p> <p><b>ME B2.2</b> Elaboration de matrices des listes de suivi logistique du projet (participants, rooming-list, listes restauration, transports...)</p> <p><b>ME B2.3</b> Production du synoptique définitif</p> <p><b>ME B2.4</b> Elaboration des bases du conducteur "fil rouge" du projet qui sera nourri au fil de l'eau</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRB.2.a. La structure du dossier détaille clairement les composantes du projet,</li> <li>▪ CRB2.b. Le découpage par lots est cohérent et l'articulation entre les lots est précisée,</li> <li>▪ CRB2.c. Le rétro-planning global (événement + plan de communication), présenté sous forme de GANTT ou à l'aide d'un progiciel dédié, est réaliste,</li> <li>▪ CRB2.d. Les ressources humaines, matérielles et logistiques sont affectées lot par lot,</li> <li>▪ CRB2.g. Le budget est affecté lot par lot, et réactualisé au fur et à mesure de l'avancement de la production de l'évènement</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ S'assurer du règlement des acomptes prestataires</li> </ul> <p><b>Pour assurer le bon déroulement de la production de l'événement dans le respect des délais et contraintes budgétaires définis avec le client.</b></p>	<p><b>ME B2.5</b> Production d'un budget réactualisé</p> <p><b>Livrables :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- le rétroplanning de l'opération</li> <li>- la matrice liste de participants correspondant au projet</li> <li>- la matrice du conducteur reprenant les grandes lignes du projet</li> <li>- budget réactualisé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRB2.e. Les responsabilités et périmètres des acteurs ont été clairement définis pour action,</li> <li>▪ CRB2.f. La réglementation et les obligations administratives sont prises en compte,</li> <li>▪ CRB2.h. Les règles de suivi d'avancement du projet et les modalités de reporting interne et externe ont été formalisées,</li> <li>▪ CRB2.i. Les tableaux de bord sont mis à jour au fil de l'eau et analysés régulièrement par le CPE pour réajuster les prestations et limiter les risques</li> <li>▪ CRB2.j. Les outils d'évaluation de la satisfaction de la(les) cibles sont mis en place.</li> </ul>
<p><b>B3 Finalisation du projet</b></p>	<p><b>CA.B.3 Finaliser les détails de l'événement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Arrêter les quotas de participants auprès des prestataires (hébergement, transport, transferts, restauration, etc.)</li> <li>▪ Mettre à jour les prestations selon les dernières modifications requises par le commanditaire ou selon impondérables survenus durant le suivi de l'opération</li> <li>▪ Editer les éléments finaux à destination des équipes « on site » (qui assurent le bon déroulé de l'événement sur place)</li> </ul>	<p><b>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle</b></p> <p><b>ME B3.1</b> Simulation d'une réunion de filage avec l'équipe projet (chargés de projets, prestataires, accompagnateurs...)</p> <p><b>Livrables :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordre du jour</li> <li>- CR de réunion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRB.3.a. Des solutions de back-up ont été prévues, internes ou externes.</li> <li>▪ CRB.3.b. Les solutions retenues pour la sécurisation des biens et des personnes sont explicites et couvrent l'ensemble des risques.</li> <li>▪ CRB.3.c. Le briefing final des acteurs du projet est mené afin de rappeler les points de vigilances du déroulement du</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Briefer les équipes terrain sur le timing précis du projet et les responsabilités de chacun</li> <li>▪ Remettre un dossier technique complet aux acteurs principaux de l'évènement (chargés de projets, prestataires dont "accompagnateurs" freelance au cas échéant) comprenant synoptique, conducteur, listes finales,</li> <li>▪ Préparer les derniers éléments matériels à emporter sur place</li> </ul> <p><b>Afin d'anticiper les aléas du projet et garantir la réussite de l'opération.</b></p>		projet et bien ancrer les timings et responsabilités de chacun
--	--	--	--

**Bloc 3 COORDINATION DE L'EVENEMENT**

<p><b>C1 Encadrement du déroulement de l'évènement</b></p>	<p><b>CA.C.1 Superviser le déroulement de l'évènement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vérifier la coordination entre les acteurs et la circulation de l'information en temps réel,</li> <li>▪ Traiter les aléas humains ou matériels : imprévus, conflits, défaillances, sécurité</li> <li>▪ S'assurer, le cas échéant, de la perception / satisfaction de(s) la(les) cibles au cours de l'évènement</li> </ul> <p><b>Pour assurer la qualité de la prestation réalisée pour le client</b></p>	<p><b>Dans le cadre d'un cas réel</b></p> <p><b>ME C.1.1</b> Elaboration du conducteur/feuille de route d'un évènement simple</p> <p><b>Livrables :</b> Conducteur/feuille de route détaillé(e)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRC.1.a. Les outils de communication (signalétique, scénographie, plaquettes, flyers, affiches, objets web) concomitants à l'évènement ont été produits et vérifiés,</li> <li>▪ CRC.1.b. Les tâches confiées au(x) chargé(s) de projet et aux acteurs ont été coordonnées et contrôlées,</li> <li>▪ CRC.1.c. Le reporting en temps réel a permis de traiter les aléas,</li> <li>▪ CRC.1.d. Les éventuels outils d'évaluation de l'adhésion et de la satisfaction de la(les) cible(s) ont été mis en place.</li> </ul>
--	---	---	--

<b>C2 Suivi de la mise en œuvre des actions de communication</b>	<b>CA.C.2 Superviser la mise en œuvre des actions de communication</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vérifier la réalisation des actions programmées,</li> <li>▪ Suivre les indicateurs quantitatifs et qualitatifs (taux de réponses à invitations, taux de trafic internet, relais sur les blogs, communautés etc.),</li> <li>▪ Réajuster la communication virale en temps réel</li> </ul> <b>Pour assurer une bonne visibilité à l'évènement.</b>	<b>Cf : ME C.1.1</b>	<b>Cf : de CRC.1.a à CRC.1.d</b>
--	---	----------------------	----------------------------------

**Bloc 4 CLOTURE ET BILAN DE L'EVENEMENT**

<b>D1 Clôture de la facturation de l'opération</b>	<b>CA.D.1 Clôturer le volet financier de l'opération</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Récolter et valider les factures finales de l'ensemble des prestataires</li> <li>▪ Mettre à jour le budget en vue de la production des éléments de facturation à destination du client</li> <li>▪ Optimiser sa marge</li> <li>▪ Présenter les éléments de facturation et la facture finale au client</li> </ul> <b>Pour garantir la rentabilité de l'évènement</b>	<b>Dans le cadre d'une mise en situation professionnelle</b>  <b>ME D.1.1</b> Business case Budget et Audit avec note d'analyse des choix effectués	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRD.1.a. Le budget doit être réalisé poste par poste</li> <li>▪ CRD.1.b. Le budget fait ressortir la TVA</li> <li>▪ CRD.1.c. Le budget est réactualisé en vue d'optimiser le pourcentage de marge de l'opération</li> <li>▪ CRD.1.d. Le ROI est calculé</li> </ul>
<b>D2 Rédaction du bilan de l'évènement</b>	<b>CA.D.2 Etablir le bilan de l'opération selon les critères de performance prédéfinis avec le client</b>	<b>Dans le cadre d'un cas réel tiré de l'expérience professionnelle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRD.2.a. L'impact des actions de communication amont, pendant l'évènement et a</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyser les résultats comme taux de participation, retombées, satisfaction des participants</li> <li>▪ Analyser le déroulement de l'événement</li> <li>▪ Mesurer la satisfaction du commanditaire</li> </ul> <p><b>Pour capitaliser les bonnes pratiques et améliorer les performances d'un futur projet similaire.</b></p>	<p><b>ME D.2.1</b> Rédaction d'un bilan détaillé de l'opération mettant en lumière les axes d'amélioration</p> <p><b>Livrable :</b> Rédaction d'un bilan de l'opération</p>	<p>posteriori et l'impact de l'événement sont analysés et commentés,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CRD.2.b. Le débriefing de l'événement et de sa communication a été organisé avec les acteurs internes du projet,</li> <li>▪ CRD.2.c. Le déroulement de l'événement fait l'objet d'un compte rendu interne précis</li> <li>▪ CRD.2.d. Les points forts du projet sont formalisés,</li> <li>▪ CRD.2.e. Le débriefing a été réalisé avec le commanditaire et les conclusions ont été validées par celui-ci,</li> <li>▪ CRD.2.f. Les insuffisances et les aléas ont été identifiés et font l'objet de préconisations exploitables,</li> <li>▪ CRD.2.g. Les bonnes pratiques ont été recensées et formalisées.</li> </ul>
--	---	---	--