

ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS

LES BONNES PRATIQUES



Pourquoi capitaliser sur l'organisation d'événements ?

Dans le cadre du programme Autonomisation, soutenu par la Mairie de Paris et l'Agence Française de Développement, des associations africaines sont accompagnées dans la diversification des actions visant à accroître leur notoriété et à mobiliser des fonds. Qu'il s'agisse d'actions de communication ou d'organisation d'événements, de nombreuses démarches peuvent être entreprises par les associations. Plusieurs objectifs sont ainsi visés : être mieux identifiées par l'environnement, fédérer l'équipe autour d'un projet commun mais aussi et surtout mobiliser de nouvelles ressources, qu'elles soient financières ou matérielles, et développer les stratégies de développement organisationnel.

Solidarité Sida les appuie à développer des initiatives leur permettant de trouver des relais de financements afin d'augmenter leurs fonds propres et limiter leur dépendance aux bailleurs. En effet, forte de son expertise événementielle en tant qu'organisatrice du festival Solidays, Solidarité Sida propose à ses associations partenaires de mettre en œuvre des initiatives adaptées à leur contexte. Après plusieurs années d'accompagnement des associations africaines, il est primordial de capitaliser sur les bonnes pratiques événementielles et valoriser les expériences de la région.

Cet outil présente les bonnes pratiques en matière d'organisation d'événements de mobilisation de ressources et s'appuie sur des exemples concrets mis en œuvre par les partenaires du programme Autonomisation.



Glossaire

AG : Assemblée Générale

ARV : Antirétroviral

CA : Conseil d'Administration

CNLS : Conseil National de Lutte contre le sida

OEV : Orphelins et Enfants Vulnérables

ONG : Organisation Non Gouvernementale

PVVIH : Personne Vivant avec le VIH

SIDA : Syndrome de l'Immunodéficience Acquis

VIH : Virus de l'Immunodéficience Humaine

LES 7 ÉTAPES DE L'ORGANISATION D'UN ÉVÉNEMENT

**FICHES
TECHNIQUES**

EN BREF

```
graph TD; 1[1 Diagnostic et définition du concept] --> 2[2 Conception de l'événement]; 2 --> 3[3 Validation de la démarche]; 3 --> 4[4 Développement des partenariats]; 4 --> 5[5 Communication & promotion]; 5 --> 6[6 Organisation de l'événement & logistique]; 6 --> 7[7 Évaluation et remerciements];
```

1 Diagnostic et définition du concept

2 Conception de l'événement

3 Validation de la démarche

4 Développement des partenariats

5 Communication & promotion

6 Organisation de l'événement & logistique

7 Évaluation et remerciements



1 - DIAGNOSTIC & DÉFINITION DU CONCEPT

Les points clés

- **Identifier les démarches événementielles qui existent dans son environnement** afin d'éviter de se mettre en concurrence : savoir se démarquer pour attirer le public.
- Tout le monde ne peut pas faire de l'événementiel, ça ne s'improvise pas !
- Définir son objectif ainsi qu'un chef de projet.

Questions à se poser

- Quels sont les objectifs de l'association en organisant un événement ?
- Quels sont les messages à porter en matière de plaidoyer à travers l'évènement ?
- Qui porte la démarche événementielle au sein de l'association ?
- Qui organise des événements dans mon environnement ?
- Quelle est la nature de ces événements ?
- Quels sont leurs buts ?
- Quand sont-ils organisés ?
- Quel public réunissent-ils ?
- Cette idée est-elle suffisamment différente pour permettre à l'association de se distinguer ?
- Qu'aimerait voir la population comme événement qui n'existe pas aujourd'hui ?
- Quelles sont **les compétences précises qui pourraient manquer** au sein de la structure ?
- **Quelle est la mobilisation nécessaire pour réussir l'évènement ? La structure a-t-elle cette capacité ?**

À RETENIR

Se distinguer des événements existants : cible, prestation, thème, format...

Avant de se lancer dans une démarche d'envergure, mieux vaut commencer petit, tout en apprenant de ceux qui ont de l'expérience en la matière. **Fixer des objectifs adaptés à une première édition.**

Les compétences utiles à une démarche événementielle sont diverses. Il est nécessaire d'avoir une idée précise des métiers concernés pour faire un bon diagnostic de ses propres capacités, identifier ses besoins et **s'entourer de la bonne équipe.**



2 - CONCEPTION DE L'ÉVÈNEMENT

Les points clés

- Valider une idée précise (et donc décider de ne pas poursuivre d'autres idées).
- Définir le concept, les grandes lignes du contenu, les besoins nécessaires et la cible.
- Choisir la date et le lieu en fonction de la cible et des contraintes internes.
- Réaliser le montage budgétaire avec le service financier : identifier les typologies de ressources et leur répartition dans le budget (billetterie, subventions, sponsors...).
- Établir un rétroplanning.
- Mettre en place des commissions thématiques le plus tôt possible pour éviter qu'elles travaillent dans la précipitation.

Questions à se poser

- **Quel est l'objectif en termes de récolte de fonds ? Créer le business plan associé à l'événement.**
- Que se passe-t-il dans l'environnement au moment où l'association veut organiser son événement (élections, fêtes religieuses, matchs sportifs, vacances...)?
- Quels sont les événements organisés dans la ville / le pays le même jour, la même semaine ou le même mois ?
- Est-ce le bon moment pour la structure (charge de travail, paiement des salaires / primes, congés...)?
- La cible s'intéresse-t-elle à l'activité ? Est-elle disponible ?
- Le lieu identifié répond-t-il aux besoins en matière d'accessibilité et de capacité d'accueil par rapport à la typologie d'événement envisagé ?

À RETENIR

Identifier la date le plus tôt possible pour l'inscrire dans les calendriers du personnel et des parties prenantes.

Tenir compte, en fonction de la date retenue, de la concurrence, de la disponibilité de la cible, de la situation socio-économique et politique du pays.

Tenir compte de la météo à la période visée (saison des pluies, etc.).

Tenir compte du pouvoir d'achat du public visé.

En cas de changement, revoir les calculs des recettes prévisionnelles en tenant compte des capacités et des volontés de la nouvelle cible.

Prévoir des réunions de pilotage et de partage d'informations très régulières.



3 - VALIDATION DE LA DÉMARCHE

Les points clés

- S'assurer que la démarche événementielle soit intégrée à la stratégie **de l'association** (investissements financier et humain importants).
- Faire **valider toute démarche événementielle** par le CA, voire par l'AG.
- Communiquer auprès des bénéficiaires et de l'équipe pour expliquer la démarche et favoriser l'appropriation.

Questions à se poser

- **Comment intégrer une activité événementielle aux activités quotidiennes de l'association ?**
- Les compétences spécifiques sont-elles disponibles dans l'environnement ?

À RETENIR

Rassembler les parties prenantes autour d'un projet fédérateur.

Intégrer la démarche événementielle aux activités quotidiennes de l'association.

Mettre en place un **échancier**.

Réfléchir à une **stratégie de bénévolat** pour pourvoir aux manques constatés.



4 - DÉVELOPPEMENT DES PARTENARIATS

Les points clés

- Nouer un partenariat ; c'est construire un projet commun et partagé, rechercher la convergence des valeurs.
- Élaborer des outils de prospection (dossier de presse, présentation de l'événement) présentant le concept de l'événement et les besoins de l'association (ressources à mobiliser...) pour démarcher des partenaires.
- Identifier des partenaires et sponsors potentiels et les différents niveaux de coopération.
- Proposer des partenariats «gagnant-gagnant» (visibilité du partenaire, invitations...).
- Rédiger des propositions spécifiques en fonction des objectifs et stratégies des prospects.

Questions à se poser

- Comment **donner envie aux partenaires et sponsors potentiels** ? Comment les entraîner dans une aventure événementielle ?
- **Quel est l'objectif de la recherche partenariale** (mobilisation de ressources financières, compétences, gratuités...) ?
- **Est-il possible d'atteindre cet objectif** au vu du coût global de l'événement, des contributions financières qui peuvent être mobilisées et l'argent que la cible est prête à dépenser pour assister à l'événement ?

À RETENIR

**Bien cibler et choisir ses partenaires :
Les partenariats les plus intéressants sont
ceux qui souhaitent non seulement faire
un don, mais également accompagner
l'association dans sa démarche
événementielle... à condition qu'ils
partagent la vision et les valeurs de
l'association.**

Adopter la bonne attitude :
être enthousiaste, optimiste et à l'écoute
pour créer du lien, être légitime et susciter
la confiance.

Avoir une liste de besoins clairs (humains,
matériels et financiers) pour aborder les
partenaires et sponsors potentiels, tout en
restant flexible concernant les possibilités
de soutien.

Un processus complexe et dynamique :
le projet est «vivant», il se met à jour au
fur et à mesure de l'arrivée de nouvelles
informations sur les coûts.



5 - COMMUNICATION & PROMOTION

Les points clés

- Définir une stratégie de communication adaptée à la cible et à l'événement.
- Mettre en place un plan de communication avec un rétro-planning, des actions de communication et de promotion : réseaux sociaux, newsletter, presse, radio, TV, etc.
- Définir et produire les éléments promotionnels qui seront utilisés pendant toute la période de communication : affiche, dossier de presse, tract, etc.
- Conclure des partenariats avec des médias (presse, radio, TV) pour assurer la promotion.
- Prévoir une conférence de presse pour marquer un temps fort de communication : soit pour lancer l'événement, soit pour révéler des informations sur le déroulé de l'événement.
- Gérer les modalités d'invitations selon les publics : VIP, autorités, leaders d'opinion, personnalités, sponsors, journalistes...
- Etablir des listings de présence des invitations pour suivre les confirmations et réajuster le « remplissage ».

Questions à se poser

- Quels sont les objectifs de la communication ?
- Quels sont les canaux d'information pour atteindre la cible ?
- Quels messages lui parlent le mieux ?
- Quels sont les temps forts et les délais de mise en oeuvre du plan de communication ?

À RETENIR

Annoncer la date de l'événement le plus tôt possible pour que les publics concernés l'insèrent dans leur agenda.

Préparer les outils de communication en prévoyant de faire appel à des ressources extérieures.

S'assurer que ces ressources comprennent l'objectif et la démarche de l'association. Leur proposer un partenariat qui permet d'obtenir la prestation gracieusement ou à prix réduit.

Impliquer le réseau - parrains, personnalités, autorités, leaders de la communauté - dans la promotion de l'événement.

Multiplier les canaux de promotion : réseaux sociaux, newsletter, presse, radio, TV, etc.

Prévoir des relances pour s'assurer de la bonne réception des invitations et de la disponibilité des invités.



6 - ORGANISATION DE L'ÉVÉNEMENT & LOGISTIQUE

Les points clés

- **Commencer la vente des billets dès l'annonce de l'événement** : vendre un maximum de billets le plus tôt possible, peut constituer une **réserve d'argent** à éventuellement utiliser pour organiser l'événement (auto-financement) et pour mesurer la tendance de l'intérêt de la cible pour l'événement.
- S'assurer d'avoir suffisamment de ressources humaines (salariés, bénévoles...) et matérielles (transport, restauration...) pour assurer un montage et un démontage rapide et efficace.
- Prévoir la durée nécessaire au montage, à l'exploitation et au démontage en attribuant les tâches à des équipes spécifiques.
- Pour tout discours prévu pendant l'événement, le co-construire avec l'orateur pour s'assurer qu'il retranscrive fidèlement les messages et les attentes de l'association.
- Si possible, prendre une assurance pour couvrir l'événement.

Questions à se poser

- Le matériel est-il disponible, fonctionnel et sur place ?
- Le site est-il propre et aménagé ? Y a-t-il des exigences spécifiques en matière de décoration ?
- Les ressources humaines sont-elles disponibles, en nombre suffisant et briefées sur les tâches qui leur incombent ?
- Y a-t-il des exigences en matière de sécurité ?
- Comment la gestion des fonds est-elle sécurisée pendant l'événement ?

À RETENIR

Faire un plan détaillé du site pour placer les tables, les espaces, etc., avant d'installer des meubles.

Prévoir un groupe électrogène en cas de coupure d'électricité ; tester le matériel.

Prévoir un animateur ou maître de cérémonie.

Confier des tâches précises à chacun.

Définir un déroulé et prévoir une répétition de l'événement (horaire, durée des interventions).

Distribuer une «fiche contacts» à toute l'équipe organisatrice avec l'ensemble des coordonnées de tous les intervenants (équipe, bénévoles partenaires...).

Assurer une gestion transparente et inclusive des ressources. Gérer scrupuleusement le budget pour s'assurer de dépenser selon les prévisions.



7 - ÉVALUATION & REMERCIEMENTS

Les points clés

- Faire un bilan à chaud et détaillé avec les équipes.
 - Réaliser le bilan financier de l'événement.
 - Identifier les points forts et les axes d'amélioration.
- Organiser des débriefings par équipe ou commission thématique.
- Adresser des remerciements au public, aux partenaires, sponsors, parrains, équipes et institutionnels.

Questions à se poser

- **Quelles informations communiquer sur les retombées de l'événement** auprès du public, des partenaires, sponsors, parrains / institutionnels et en interne ?
- **Quelle répartition des fonds effectuer** (à conserver pour le prochain événement et/ou à attribuer à un projet dédié) ?

À RETENIR

Mettre en place un **fichier de suivi** de l'ensemble des sponsors et partenaires de l'événement et le mettre à jour régulièrement (notamment les contacts).

Prévoir des attestations de reconnaissance.

Maintenir le contact avec les différentes parties prenantes.

Communiquer sur les actions réalisées grâce aux résultats de l'événement.

DÉROULÉS D'ÉVÉNEMENTS

MENÉS PAR DES ASSOCIATIONS AFRICAINES

ORGANISATION D'UN GALA

**FICHES
EXEMPLES**



ORGANISATION D'UN GALA

Présentation du Centre Solidarité Action Sociale

Date de création : 1995

Mission : Le Centre Solidarité Action Sociale (CSAS) est une ONG spécialisée dans la prise en charge globale des personnes vivant avec le VIH et leur famille. En 2018, plus de 3 000 familles sont suivies par l'association.

Zones d'intervention : En plus des interventions directes sur les sites de Bouaké & Korhogo, le CSAS apporte également un appui technique et financier à 13 ONG locales.

Contexte / enjeu de l'organisation de cet évènement

La Côte d'Ivoire, avec une prévalence du VIH estimée à 2,8% dans la population de 15 à 49 ans (2017), demeure l'un des pays les plus touchés par la pandémie du VIH/Sida en Afrique de l'Ouest.

En effet, le pourcentage des personnes infectées ne connaissant pas leur statut reste élevé avec un taux de 42%. Aussi, l'accès au traitement reste faible avec seulement 41% des personnes infectées sous traitement ARV. C'est dans ce contexte que le CSAS, avec l'appui technique et financier de ses partenaires, a développé plusieurs projets visant à apporter des réponses adaptées aux problématiques citées ci-dessus. L'organisation d'un dîner gala s'est donc imposée afin de mobiliser les ressources nécessaires.

Pratique répandue en Côte d'Ivoire permettant de mobiliser peu de personnes afin de diminuer les frais d'organisation, un dîner gala a l'avantage d'atteindre rapidement les objectifs de récolte de fonds puisque les invités sont ciblés en amont de l'évènement et contribuent eux-mêmes à l'organisation par leur participation.

Le dîner gala est organisé dans un lieu clos pouvant permettre de servir un repas et d'assurer des prestations pour les invités, choisis et ciblés en fonction de la thématique définie pour chaque édition.

Pour atteindre les résultats souhaités, le CSAS privilégie les négociations en vue d'obtenir des gratuités. Ainsi plusieurs partenaires locaux sont sollicités pour accompagner cet évènement. Il s'agit entre autre de la mairie, du conseil régional, de prestataires de services et de plusieurs personnalités.



PRÉPARATION

1 - Démarche

- Entamer les réflexions et démarches 6 mois avant l'évènement.
- Mettre en place un comité d'organisation : choisir des membres motivés.
- Attribuer des tâches à chaque membre et définir un échéancier.
- Elaborer les budgets par commission ainsi que le budget global.

2 - Faisabilité

- Obtenir le financement par le ou les partenaire.s.
- Visiter et réserver des sites.
- Aller à la rencontre des autorités pour les convaincre et recueillir leur accord.
- Diversifier les sources de financement par la vente des billets et le financement de certaines lignes par les partenaires privés - l'option de la vente des tables permet de remplir plus facilement la salle que la vente individuelle.

3 - Mise en oeuvre

- Identifier les personnalités à inviter.
- Identifier les opérateurs économiques susceptibles de contribuer.
- Envoyer des courriers aux autorités et aux opérateurs économiques et suivre les invitations.
- Organiser des réunions d'information avec le personnel de façon hebdomadaire.
- Exécuter le plan de communication (passage sur les radios et télévision, diffusion de spots, affichage...).
- Signer un partenariat avec la presse pour obtenir des réductions.
- Etablir le déroulé du gala.
- Penser à associer les volontaires ou les bénévoles à l'organisation.
- Choisir un prestataire pour assurer la restauration des convives.



RÉALISATION

1 - Organisation pratique

- S'assurer que le matériel est disponible et en bon état (présence d'un groupe électrogène pour palier aux coupures d'électricité).
- Mettre en place la salle (chaises, tréteaux, sonorisation et décoration).
- S'assurer de la présence du traiteur et de son équipe à l'heure convenue avec le prestataire.
- Impliquer les bénévoles dans des équipes spécifiques (accueil, service, etc.)
- Accueillir les invités et les participants par les hôtesse.
- Choisir un professionnel pour conduire la cérémonie (disponibilité d'un conducteur).

2 - Remerciements

- Identifier les invités spéciaux, les donateurs, les opérateurs économiques.
- Choisir le type de remerciements (courriers, mails, attestations, visites) à adresser en fonction de la cible.
- Remercier les invités et les donateurs dans le rapport du bilan.
- Garder le contact avec les donateurs.

RÉSULTATS ►



- **Promesse de dons pour le financement d'un centre d'imagerie médicale.**
- **Terrain de 5 hectares.**
- **Obtention de bourses d'étude destinées aux OEV.**
- **Dons financiers qui ont permis au CSAS de doter ses différents sites en équipement informatique.**

DÉROULÉS D'ÉVÉNEMENTS

MENÉS PAR DES ASSOCIATIONS AFRICAINES

*ORGANISATION
D'UN COCKTAIL DE SOLIDARITÉ*

**FICHES
EXEMPLES**



ORGANISATION D'UN COCKTAIL DE SOLIDARITÉ

Présentation d'Esprit Vie Togo

Date de création : 1995

Mission : EVT est une ONG à but non lucratif composée de PVVIH et de personnes engagées dans leur soutien. En 2018, l'organisation compte 3 558 patients sous traitement ARV.

Elle a pour but de contribuer à l'amélioration de l'état de santé et de la qualité de vie de la population en général et en particulier des enfants, adolescents et PVVIH, des populations les plus exposées aux risques d'infection au VIH y compris les populations atteintes d'infections récurrentes ou de pathologies chroniques.

Différents domaines d'intervention d'EVT : la prévention, la prise en charge psychologique, médicale et sociale, la recherche, la formation et l'organisation des événements pour la mobilisation des ressources.

Zones d'intervention : Aného, Sokodé, Lomé.

Contexte / enjeu de l'organisation de cet événement

Au Togo, en 2018, la prévalence du VIH est de 2,3 % avec 110 000 personnes vivant avec le VIH dont 43 000 sous traitement ARV et parmi lesquelles on note plus de 3 000 enfants.

En vue d'assurer une couverture médicale, un appui nutritionnel et un appui à la formation scolaire et professionnelle à 500 jeunes les plus nécessiteux parmi les 1 236 que suit EVT, un programme de parrainage a été mis en place. Ainsi, pour pérenniser cette activité et pouvoir mobiliser des fonds sur le plan national, un système de sensibilisation et de collecte de fonds dénommé « cocktail de Solidarité » a été initié. Ce format a déjà été expérimenté par EVT, apprécié par les partenaires et leur a permis de mobiliser des fonds et enregistrer de nouveaux parrainages.



PRÉPARATION

- Mise en place d'un comité d'organisation (8 personnes et des partenaires techniques).
- Identification d'une personne influente qui peut soutenir la cause (parrain ou marraine).
- Identification du lieu en tenant compte du profil des invités.
- Validation des documents : projet, invitations, coupon de parrainage et de dons, courrier officiel, dépliant explicatif.
- Mobilisation des ressources nécessaires pour l'événement (savoir négocier les gratuités), à savoir :
 - Ressources humaines : équipe d'EVT, réseau de l'équipe et de la marraine, OEV, animation, service traiteur mis à disposition.
 - Matériel : mise à disposition gracieuse de la salle de l'hôtel, chaises, sonorisation, alimentation.
 - Financier : sollicitation des partenaires nationaux (banque, CNLS, EVT France, la Marraine).
- Communication autour de l'événement : UNICEF, bureau régional Afrique de l'Ouest de OIF, ONUSIDA.





RÉALISATION

- **8h** : décoration et agencement de la salle par le personnel d'EVT.
- **14h** : arrivée de l'équipe d'accueil.
- **14h30** : mise en place de l'équipe de fundraising pour l'enregistrement des promesses de dons et la récolte des dons.
- **14h45** : validation du dispositif par la Marraine (programmation des discours).
- **15h** : accueil et installation des invités.
- **15h15** : mot de bienvenue du président du CA, du Directeur ONUSIDA et discours de la Marraine.
- **15h30** : ouverture du cocktail par le coordinateur du CNLS.
intermède : spectacle présenté par les OEV.
- **15h45** : présentation d'EVT et des activités menées à l'attention des enfants par le Directeur.
- **16h** : questions/débat avec le Directeur et collecte des dons ou enregistrement des promesses de dons.
- **16h-17h** : cocktail – échanges entre les invités et le personnel d'EVT.
- **17h** : départ des invités, l'équipe de fundraising comptabilise les dons.
- **Au cours du mois suivant** :
 - Envoi des remerciements aux partenaires et présentation du bilan à partir des rendez-vous obtenus suite à l'événement.
 - Elaboration du rapport d'activité et partage avec les partenaires pour validation.
 - Définition d'une stratégie de suivi des partenariats développés.

RÉSULTATS ►

- **12 engagements fermes pour le parrainage des OEV.**
- **7 promesses de parrainage des OEV.**
- **2 promesses de parrainage d'apprentissage.**
- **Dons financiers utilisés pour la formation professionnelle de 3 OEV et la scolarisation de 24 d'entre eux. Par ailleurs, les dons ont permis d'acheter des médicaments, payer des analyses médicales et des appuis nutritionnels pour les enfants.**

Visibilité/ retombées média :

Participation à deux émissions de télévision suite à l'événement, diffusion d'un reportage sur la chaîne publique nationale.

DÉROULÉS D'ÉVÉNEMENTS

MENÉS PAR DES ASSOCIATIONS AFRICAINES

*ORGANISATION
D'UNE JOURNÉE PORTES OUVERTES*

**FICHES
EXEMPLES**



ORGANISATION D'UNE JOURNÉE PORTES OUVERTES

Présentation de SOS SIDA-Kivu

Date de création : 2002

Mission : SOS SIDA – Kivu est née de la volonté d'éducateurs, de professionnels de santé et d'agents de développement alarmés par la propagation du VIH/Sida en milieu rural. L'association a d'abord focalisé son action sur l'information et la prévention puis, à partir de 2004, elle a ouvert un service de dépistage et de prise en charge pour apporter une réponse aux nombreuses personnes victimes de violences sexuelles.

Depuis 2005, SOS SIDA s'est engagée dans le soutien aux personnes séropositives par l'accompagnement psychologique et l'information/sensibilisation sur les services de prise en charge dont elles ont besoin.

Depuis 2009, l'association s'intéresse aux enfants affectés et infectés par le VIH/ Sida et mène des actions en ce sens. Entre 2011 et 2012, trois centres de conseil et dépistage VIH ont été ouverts sur Bukavu et dans les zones rurales de Kamanyola et Kavumu. En 2018, SOS SIDA assure la prise en charge de plus de 1 000 patients sous ARV dont des enfants.

Public cible : PVIH, enfants, adolescents et jeunes.

Zones d'intervention : Province du Sud-Kivu, République Démocratique du Congo

Contexte / enjeu de l'organisation de cet événement

En RDC, 42% des PVIH sont sous traitement ARV et le pays compte environ 50 000 OEV. Le 29 juin 2016, l'association a célébré le dixième anniversaire de son Centre Intégré d'Appui aux Personnes séropositives (CIAPS), un centre d'hébergement qui accueille des PVIH précaires dont un grand nombre d'enfants infectés par le VIH/Sida. A cette occasion, elle a organisé une soirée de gala pour collecter des fonds pour renforcer l'accès des enfants aux soins et à certains examens non disponibles dans la région, comme la charge virale. Cet événement a permis de collecter de l'argent mais aussi de donner de la visibilité au travail réalisé par SOS SIDA depuis 10 ans dans un contexte difficile. L'association a voulu entretenir ce capital en organisant un deuxième événement en 2017 : la Journée Portes Ouvertes au CIAPS, à l'occasion de la Journée Internationale de l'Enfant Africain. Le but était de remobiliser les donateurs de 2016 et leur donner envie de continuer de soutenir le CIAPS en ayant un contact direct avec les enfants et les services organisés en leur faveur. L'événement n'avait pas pour objectif premier de collecter des fonds mais plutôt de « montrer » les actions mises en oeuvre grâce aux retombées de la soirée de gala.



PRÉPARATION

- Mise en place d'un comité d'organisation : 3 mois sont nécessaires pour bien préparer un tel événement.
- Répartition claire des tâches pour les membres du comité : Le Président du comité qui fait le lien entre le coordinateur et l'équipe, un chargé de relations publiques et contacts, un chargé de logistique, un chargé des visibilitées, un chargé de coaching et préparation des enfants,...
- Réunions préparatoires tenues une fois par semaine.
- Une liste des invités ciblant des donateurs éventuels ou bailleurs potentiels.
- Lettre d'information sur l'association jointe à l'invitation. La lettre donne des informations succinctes sur les activités de l'association, sur les services offerts aux enfants et sur les défis qui justifient la recherche des moyens additionnels. Elle doit être bien illustrée avec des photographies, tout en gardant la confidentialité.
- Conception et impression d'affiches pour valoriser le travail de l'association.
- Contact physique avec les invités ciblés et appel téléphonique : les personnes reçoivent souvent beaucoup d'invitations et il est facile d'oublier un événement. Le rappel téléphonique est très important. En déposant l'invitation, proposer également le rappel téléphonique ou les sms.
- Préparation des enfants : les enfants et les adolescents suivis ont été les principaux acteurs de la Journée Portes Ouvertes. L'aisance de leurs mouvements au centre est le premier témoignage de leur appartenance à cette maison. Des adolescents ont été préparés à guider les visiteurs. D'autres ont été entraînés à la prise de parole en public, à la présentation de saynètes retraçant leurs parcours au centre ou leur vie avec la maladie. Certains d'entre eux ont été préparés à rencontrer la presse.
- Demander toujours l'avis des enfants et des adolescents qui veulent intervenir, les maquiller spécialement pour garder l'anonymat.
- Avant l'événement, les médias invités ont été briefés sur les activités du centre et sur le principe de confidentialité. L'utilisation des sons et des images a été validée conjointement.





RÉALISATION

- Accueil des enfants, parents et invités.
- Prises de parole des enfants bénéficiaires.
- Prises de parole des différents invités. Le livre d'or du centre est ouvert à ceux qui désirent laisser un témoignage écrit.
- Saynètes, théâtre et danses : un groupe de danse s'est formé spontanément et est désormais suivi par un membre de l'équipe.
- Conférence-débat.
- Témoignages des enfants.
- Entretien des enfants avec les invités.
- Interviews : des adolescents et des jeunes du groupe de parole.
- Récolte des donations.

APRÈS L'ÉVÉNEMENT

- Envoyer une lettre de remerciement.
- Envoyer régulièrement une lettre d'information.
- Programmer des rendez-vous pour maintenir la relation.

RÉSULTATS ►

La Journée Portes Ouvertes a permis d'obtenir des retombées en termes de don matériel et d'engagement de soutien sur le long terme.

Dons en nature :

- **150 repas offerts par un service traiteur pour la fête de Noël pour les enfants.**
- **10 matelas avec alaise et couvertures ainsi que des fournitures d'hygiène offerts par la section VIH/Sida de la MONUSCO pour les enfants hébergés au Centre Médical Spécialisé.**
- **Une entreprise a financé la fête du nouvel an 2018 pour 150 enfants infectés par le VIH/Sida.**
- **La brasserie nationale a pris l'engagement d'offrir les boissons sucrées pour les manifestations du CIAPS.**

Des contacts sont maintenus avec ces entreprises dans la perspective du financement d'un projet de réhabilitation des infrastructures du Centre Médical Spécialisé.

Visibilité/ retombées média :

Sept médias (radio nationale RTNC et six radios communautaires) ont couvert l'événement. Ils ont été mobilisés par la Division du Genre, Famille et Enfants.

DÉROULÉS D'ÉVÉNEMENTS

MENÉS PAR DES ASSOCIATIONS AFRICAINES

*ORGANISATION
D'UNE JOURNÉE DE SOLIDARITÉ MUSICALE*

**FICHES
EXEMPLES**



ORGANISATION D'UNE JOURNÉE DE SOLIDARITÉ MUSICALE

Présentation d'ADS+

Date de création : 1998

Mission : L'Association Dounia Solidarité + (ADS+) est une structure à but non lucratif de développement et de santé publique qui mène des actions au profit des communautés démunies et des populations vulnérables du Burkina Faso. Elle a pour mission de faciliter l'accès à la prévention des maladies et infections, aux soins et aux traitements de qualité ainsi qu'aux services socio-économiques de base.

Public cible : les PVVIH et leurs familles, les populations à risques, les élèves et les communautés démunies des zones d'interventions d'ADS+.

Zones d'intervention : Boulmiougou (Ouagadougou), Koudougou, Mané.

Contexte / enjeu de l'organisation de cet événement

En 2015, le taux de prévalence au Burkina Faso était de 1.1%, les orphelins dus au sida étaient entre 75 000 à 100 000 selon l'ONUSIDA. ADS+ à cette époque prenait en charge environ 200 OEV. La prise en charge se limitait seulement à l'aspect scolaire et les financements arrivaient à leur fin. Au plan national, la prise en charge était également limitée. C'est dans ce climat qu'ADS+ a décidé de réformer sa politique d'accompagnement des OEV en intégrant l'alimentation, les soins et le suivi éducatif pour atténuer les effets de la stigmatisation. Dès lors, ADS+ a fait le choix de l'événementiel pour mobiliser des fonds. Ainsi la première édition de la Journée de Solidarité Musicale (JSM) s'est tenue en 2015.

La cible privilégiée de la JSM est la jeunesse en milieu scolaire. Ce choix est fait en fonction des capacités et de la stratégie de mobilisation et de promotion de ADS+. La cible est facilement accessible et sa mobilisation demande peu de moyens. Le format de la JSM (concerts et spectacles en salle et en journée) est adapté aux contraintes, envies et besoins de la cible.

Depuis la première édition, ADS+ a noué et entretenu un partenariat formel avec la Mairie de Ouagadougou qui facilite les démarches administratives, l'obtention des autorisations, la gratuité des sites de spectacle, les forces de sécurité, les affiches urbaines.

Les retombées et résultats positifs obtenus après quatre éditions renforcent les convictions d'ADS+ dans ce choix événementiel : cibler la jeunesse à travers un événement festif où des messages de prévention et des témoignages peuvent être portés. De 2015 à 2018, ADS+ est passée de 200 à 378 OEV accompagnés. En plus de la prise en charge scolaire, aujourd'hui près de 75% des OEV bénéficient d'accompagnement périodique en alimentation, soins et traitements, vêtements et suivi scolaire.



PRÉPARATION

- Mise en place du comité de pilotage : 1 an avant l'événement.
- Prospection (sponsors, gratuités, partenaires, artistes) : 12 mois (de la mise en place du comité jusqu'à l'évènement).
- Définition des objectifs et montage du dossier de partenariats : 1 mois.
- Conférence de presse de lancement officiel : 2 mois avant l'événement.
- Promotion de l'événement au travers des médias (radio, TV) et des réseaux sociaux/ activités de mobilisation de proximité de la cible (animation et affichage à proximité d'établissements scolaires) de la conférence de presse jusqu'à la tenue du concert.
- Mise en vente des billets : 1 mois avant l'événement (faire des billets difficilement falsifiables).
- Invitation des partenaires : 2 semaines minimum avant l'événement / suivi régulier des invitations pour s'assurer de l'adhésion et la présence des invités.





RÉALISATION

- Durée maximale 4 heures (après-midi).
- Les allocutions et témoignages sont suivis du concert. Les dons doivent être annoncés par la tête d'affiche au moment de sa prestation, juste après un témoignage.

APRÈS L'ÉVÉNEMENT

- Remerciements et bilan.
- Suivi des promesses de dons.
- Envoi d'une lettre / attestation de reconnaissance à tous les partenaires, artistes...
- Présentation du bilan au cours d'une conférence de presse et ensuite, relayé sur les réseaux sociaux.

Une bonne connaissance de la cible, une communication / promotion adaptées à cette cible, le choix de la période, la proposition de partenariats sur-mesure, la négociation, le plaidoyer, des gratuités et/ou des réductions des prix, l'adhésion des artistes à la cause, la mobilisation des médias et des bénévoles ainsi qu'une bonne planification sont les clés de réussite de la JSM.

RÉSULTATS ►

- **Sponsors : Institutions, entreprises, médias, personnes ressources.**
- **Dons financiers : Les fonds récoltés ont contribué à scolariser 378 OEV, au financement de charges fixes de l'association et à la prospection de l'édition prochaine.**
- **Dons en nature : Vivres, fournitures scolaires, vêtements.**

Visibilité/ retombées média :

- **Augmentation de près de 50% de fréquentation du centre.**
- **Facilité à mobiliser les médias sur les activités de l'association tout au long de l'année.**

DÉROULÉS D'ÉVÉNEMENTS

MENÉS PAR DES ASSOCIATIONS AFRICAINES

*ORGANISATION
D'UN GALA DE LUTTE TRADITIONNELLE*

**FICHES
EXEMPLES**



ORGANISATION D'UN GALA DE LUTTE TRADITIONNELLE

Présentation de Bokk Yakaar

Date de création : 2005

Mission : L'association Bokk Yakaar œuvre pour la santé et l'épanouissement des personnes vivant avec le VIH. Elle assure une prise en charge médicale et psychosociale ainsi que le renforcement de capacités des bénéficiaires. L'association mène des actions de lutte contre la discrimination et stigmatisation des PVVIH, de prévention et de prise en charge des violences basées sur le genre ainsi que de plaider pour l'accès aux nouvelles molécules ARV.

Public cible : La population générale, les personnes vivant avec le VIH – notamment celles résidant dans des zones enclavées – ainsi que les orphelins et enfants vulnérables.

Sites d'intervention : Fatick, Niakhar, Gossas, Dioffior, Foundiougne, Passy et Sokone ainsi que l'ensemble de la région de Fatick et ses îles.

Contexte / enjeu de l'organisation de cet événement

En 2018, selon l'ONUSIDA, le taux de prévalence du VIH était de 0,5% au Sénégal. La même année, 31 946 personnes ont pu être dépistées dans la région de Fatick, majoritairement dans le cadre de la prévention de la transmission mère-enfant, parmi lesquelles 0,7% de nouvelles infections.

L'accès au dépistage de tous les publics restait donc un défi tout comme la rétention dans les soins et la lutte contre les discriminations. En effet, les traitements ARV étaient disponibles mais la réalisation de la charge virale restait complexe et des barrières socio-économiques (précarité, enclavement, stigmatisation, manque d'information...) entravaient le maintien dans les soins. Dans la région de Fatick, le taux de rétention était alors de 84% et le taux de décès, de 3,7%. Les enjeux étaient multiples pour atteindre les objectifs de l'ONUSIDA et ce alors même que les financements stagnaient ou baissaient.

Afin de répondre à ces défis, Bokk Yakaar a mis en place différentes initiatives : l'association a organisé des Comités Régionaux et Départementaux de Développement (CRD et CDD) afin de sensibiliser les autorités ainsi que les partenaires techniques et financiers aux enjeux de la lutte contre le VIH/sida. Elle s'est également appuyée sur les traditions régionales pour créer des événements de récolte des fonds.

Fatick est une zone rurale majoritairement peuplée par des Sérères, reconnus pour leur appétence et leur talent dans la lutte sénégalaise. Devenue sport national, la lutte est aujourd'hui pratiquée et appréciée dans tout le pays et fait l'objet de compétitions réglementées. Chaque compétition, rythmée par des batteurs et des chanteuses, se déroule en plusieurs manches éliminatoires.

Pour mobiliser des ressources au profit des personnes vivant avec le VIH, Bokk Yakaar a organisé trois éditions de gala de lutte, en novembre et décembre 2018 et 2019, à Fatick et à Passy. L'association a choisi cette période car elle coïncide avec l'ouverture de la saison, lorsque le public attend avec impatience les premiers combats dans les villes.



PRÉPARATION

Quatre mois avant :

- Choisir une bonne date pour l'évènement – idéalement au démarrage de la saison.
- Rencontrer les autorités administratives pour présenter le projet et obtenir leur adhésion.
- Constituer un comité de pilotage.
- Constituer un fonds de roulement (idéalement issu d'une précédente édition ou de fonds propres).
- Se déclarer et réaliser les formalités auprès du Comité Régional de Gestion de la lutte (CRG).
- Déposer une demande d'autorisation de gala de lutte auprès de la Mairie qui transmettra ensuite à la Préfecture puis au commissariat.
- Réserver le lieu où se déroulera le gala – idéalement une arène - et s'acquitter des frais d'organisation le cas échéant.
- Identifier des parrains et marraines, leur adresser des courriers et les rencontrer.
- Mobiliser les membres de l'association.
- Négocier avec les batteurs, les chanteuses et le prestataire pour la sonorisation.

Deux mois avant, jusqu'à l'évènement :

- Imprimer les tickets de gala, avec un coupon de tombola intégré, et des bons de soutien.
- Identifier les lieux de vente des tickets et entamer la prévente.
- Élaborer des spots publicitaires et les diffuser à la radio.
- Élaborer des affiches à diffuser dans la région, via les réseaux sociaux et les groupes WhatsApp.
- Démarcher les services de police pour mettre en place le système de sécurité.
- Faire des démarches auprès de la SENELEC pour mettre en place l'électricité sur le site.
- Faire régulièrement le point sur l'évolution de la prévente des tickets.
- Adresser des lettres de demande de soutien aux partenaires, entreprises et philanthropes.
- Mobiliser des associations de jeunes pour l'organisation le jour J.
- Répartir les rôles au sein de l'association, pour l'installation et pour le gala.
- Louer le mobilier et le petit matériel (tables, chaises, bois, cordes, ...).
- Relancer les parrains et marraines à une semaine de l'activité.

Au fil des éditions, Bokk Yakaar a relevé plusieurs bonnes pratiques :

L'association identifie les compétences dont elle a besoin (batteurs, chanteuses, électricien, etc.) en amont de l'évènement. Elle recherche ces compétences parmi ses membres afin de les impliquer et de réduire les dépenses. Par ailleurs, l'association inclut un coupon de tombola au ticket de l'évènement afin de motiver le public à acheter des billets. Enfin, elle mobilise d'autres organisations (services administratifs et médicaux, entreprises, associations...) pour la vente de billets auprès de leurs équipes.





RÉALISATION

Le matin :

- Briefer les équipes.
- Installer l'arène (sable, cordage, lumière, sonorisation) et les tribunes.
- Faire la promotion de l'évènement dans la ville grâce à une voiture-sono.
- Préparer la restauration pour les batteurs, les organisateurs et les invités.

Avant et pendant l'évènement (en soirée) :

- Mettre en place les équipes et leurs relais (vente, sécurité, accueil, organisation etc.).
- Accueillir et placer les batteurs et les chanteuses ainsi que le Comité Régional de Gestion de la lutte.
- Surveiller l'entrée des lutteurs et des accompagnants.
- Superviser la vente des tickets.
- Accueillir et installer les autorités et les invités.
- Accueillir les parrains et les placer au niveau de la tribune d'honneur.
- Animer la cérémonie d'ouverture avec les discours des parrains et des organisateurs.
- Superviser « les éliminatoires » au côté du CRG.
- Présenter la contribution des parrains.
- Effectuer le tirage au sort de la tombola.
- Organiser la finale puis annoncer les résultats et célébrer le vainqueur.

APRÈS L'ÉVÈNEMENT :

- Remettre les prix aux lutteurs, solder les factures auprès des différents prestataires et sécuriser les fonds.
- Rapporter le matériel loué.
- Dresser le bilan financier.
- Organiser une réunion d'évaluation et de remerciements.
- Envoyer des lettres de remerciements.

RÉSULTATS ►

- **Mobilisation de ressources humaines et matérielles additionnelles pour l'association (matériel informatique...).**
- **Les fonds récoltés ont contribué à la prise en charge des patients (examens, opérations chirurgicales), au fonctionnement de l'association et au démarrage de la construction du siège.**
- **Un fonds de roulement a été constitué pour l'organisation des futurs galas.**

Visibilité/ retombées média :

- **Renforcement de la visibilité de l'association et de ses actions auprès des autorités.**
- **Retombées dans les médias régionaux et nationaux (TV et radio notamment).**

L'organisation de l'évènement a contribué au renforcement de capacités organisationnelles de l'association et de l'estime de soi de ses membres. Elle a contribué à l'autonomisation et à l'émergence de la structure.

DÉROULÉS D'ÉVÉNEMENTS

MENÉS PAR DES ASSOCIATIONS AFRICAINES

*ORGANISATION
D'UNE FOIRE COMMUNAUTAIRE*

**FICHES
EXEMPLES**



ORGANISATION D'UNE FOIRE COMMUNAUTAIRE

Présentation de l'AFASO

Date de création : 1999

Mission : L'Association des Femmes Actives et Solidaires (AFASO) a pour mission de contribuer à la réduction de la pandémie de VIH par des actions de prévention et de dépistage. Au travers d'appuis médicaux, de soutiens psychosociaux, d'accompagnement thérapeutique et de promotion des droits humains, l'AFASO contribue à l'amélioration de la qualité de vie des personnes vivant avec le VIH et des orphelins et enfants vulnérables. Elle est également impliquée dans la réduction des violences basées sur le genre et le développement de l'autonomisation des femmes grâce à des activités génératrices de revenus.

Public cible : Population générale, personnes vivant avec le VIH, populations vulnérables (femmes, hommes ayant des rapports sexuels avec les hommes), orphelins et enfants vulnérables.

Sites d'intervention : Yaoundé et ses environs ainsi qu'Ayos.

Contexte / enjeu de l'organisation de cet événement

En 2017, selon l'ONUSIDA, le taux de prévalence au Cameroun était de 2,7%, avec un pourcentage plus élevé chez les jeunes filles et les femmes. Ces dernières représentaient alors 55,8% des personnes vivant avec le VIH tandis que la majorité des nouvelles infections concernaient les 15-24 ans. Les populations clés continuaient en parallèle à être particulièrement impactées par l'épidémie avec une prévalence de 37% chez les hommes ayant des rapports sexuels avec les hommes (HSH). Afin d'atteindre les objectifs fixés par l'ONUSIDA, de favoriser la prise en charge des plus vulnérables et d'assurer un accès aux soins de qualité, une mobilisation importante était et reste nécessaire.

Dans le but d'éveiller l'intérêt de la population, des institutions et des entreprises, de les sensibiliser aux enjeux de la lutte contre le VIH et de favoriser leur mobilisation, l'AFASO a créé la « Foire de la Santé Communautaire » (FOSACO). La première édition a été lancée en 2018, à l'occasion des 20 ans de l'association et s'est déroulée sur deux jours. Une seconde édition s'est tenue l'année suivante.

La FOSACO se veut être une plateforme d'information, d'échanges et de promotion autour des enjeux et actions en termes de santé. Organisée en plein air, cette foire-exposition regroupe des partenaires de différents horizons (organisations de la société civile, étudiants, journalistes, professionnels de santé, militants de la lutte contre le sida, population, artistes et entreprises), autour d'espaces et d'activités variés : stands d'exposition, cafés-débats, scène musicale et animations. Cette initiative vise ainsi à promouvoir l'expertise communautaire et à sensibiliser le grand public sur le VIH/sida et la santé en général. Elle a, enfin, pour objectifs, l'identification de nouveaux partenaires, le développement d'alliances durables et de synergies d'action autour de la lutte contre le VIH/sida et la mobilisation des ressources additionnelles pour la prise en charge des bénéficiaires.



PRÉPARATION

Quatre mois avant l'évènement :

- Identification des dates, lieu, nom et logo de l'évènement.
- Mise en place d'un comité d'organisation composé de plusieurs commissions (logistique, communication, social, etc.).
- Définition des activités, élaboration du planning et répartition des tâches.
- Identification des potentiels exposants, partenaires et sponsors.
- Demande de parrainage auprès du Ministère de tutelle.
- Conception du dossier projet, des lettres de sponsoring et des lettres d'invitation.

Un à deux mois avant l'évènement :

- Diffusion des dossiers, démarchage des sponsors (entreprises, organisations, philanthropes) et suivi des courriers.
- Mobilisation des associations d'étudiants.
- Prise de contacts avec les médias : radio, télévision, presse écrite et journalistes web.
- Communication dans les médias et sur les réseaux sociaux.
- Démarchage des prestataires et négociation des tarifs (gratuité, réduction...) : tentes, tables, chaises, scène, sonorisation...
- Prise de contact avec les artistes pour la programmation.
- Conception de la signalétique et des outils de communication (banderoles, flyers, t-shirts...).

Une semaine avant, jusqu'à l'évènement :

- Validation des différents contrats de prestation.
- Intensification de la communication grâce aux affiches, médias et réseaux sociaux.
- Installation du lieu de l'évènement : stands, podium musical...
- Relance des partenaires.

Pour faciliter la coordination et assurer le bon suivi des chantiers, chaque commission rend compte de l'avancement de ses activités lors d'une réunion de coordination hebdomadaire.





RÉALISATION

La FOSACO démarre par la tenue d'une conférence de presse (1h), suivie d'une cérémonie d'ouverture. Ces temps forts permettent de promouvoir l'expertise de l'association, rappeler les enjeux liés à la lutte contre le VIH/sida et donner la parole aux partenaires.

Plusieurs activités ont ensuite lieu simultanément, pendant les deux jours :

- Animation des stands des associations et entreprises : chaque exposant présente ses travaux, les produits issus de ses AGR et informe les visiteurs.
- Espace pour le dépistage anonyme et volontaire du VIH/sida : il est tenu par des conseillers communautaires qui assurent également le counselling.
- Organisation de trois cafés-débats : animés par un panel d'experts, ils sont l'occasion d'échanger sur les enjeux et avancées de la lutte contre le VIH, les maladies opportunistes et la santé en général.
- Animations musicales : des concerts d'artistes en herbe rythment la journée et attirent le public.
- Cérémonie du « Candle Light Memorial » : un moment de recueillement et de souvenir de tous les acteurs de la lutte et des personnes décédées des suites du VIH/sida, au Cameroun.

APRÈS L'ÉVÈNEMENT :

- Dresser le bilan financier et capitaliser sur l'édition achevée (écueils et bonnes pratiques).
- Remercier en interne et en externe.

RÉSULTATS ►

- **Public : 900 visiteurs cumulés sur les deux éditions.**
- **Parrainage : l'évènement a été parrainé par le Ministère de la Santé Publique et encadré par le Ministère de la Promotion de la Femme et de la Famille.**
- **Fonds récoltés : au total, les recettes ont permis d'apporter une aide médicale à 270 PVVIH et un appui nutritionnel à 30 familles.**

Visibilité / retombées média :

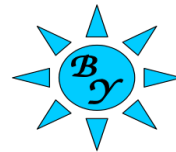
- **Plusieurs entreprises, ONG, organisations à base communautaire et institutions ont participé à l'évènement, renforçant le réseau de l'association.**
- **Une douzaine d'organes de presse étaient présents et l'association a participé à plusieurs émissions TV et radio.**
- **La visibilité de l'association sur les réseaux sociaux a été augmentée.**

REMERCIEMENTS

Solidarité Sida remercie les partenaires du programme Autonomisation qui ont contribué à la réalisation de ce guide de bonnes pratiques.

S'appuyer sur leurs expériences en matière d'organisation d'événement, grâce à l'accompagnement dont elles ont bénéficié permet d'aboutir à un outil de capitalisation reflétant tant l'expertise de Solidarité Sida que celle de ses partenaires : Espoir Vie Togo (Togo), Centre Solidarité Action Sociale (Côte d'Ivoire), Association Dounia Solidarité + (Burkina Faso), Bokk Yakaar (Sénégal), l'Association des Femmes Actives et Solidaires (Cameroun) et SOS SIDA-Kivu (République Démocratique du Congo).

Travaillant dans une dynamique de co-construction, les partenaires ont été impliqués à toutes les étapes du processus de capitalisation; ils ont réalisé leurs fiches « évènement » et ont été force de propositions pour conduire à la réalisation de l'outil.





PROGRAMME

Autonomisation