

# CHÊF DE PROJETS ÉVÈNEMENTIELS

BLOC 2 - PILOTER LE PROJET ÉVÈNEMENTIEL  
FORMATION 100 % À DISTANCE

FORMATION EFFAD



# Bienvenue !

Dans un monde professionnel où la mobilité, l'adaptabilité et la capacité à travailler à distance sont devenues la norme, nous avons conçu un programme 100 % à distance, rigoureux, interactif et orienté métier.

## **VOUS AVEZ CHOISI UN APPRENTISSAGE 100 % À DISTANCE**

*Flexibilité, expertise, autonomie : tout ce qu'il faut pour devenir un(e) chef(fe) de projet événementiel accompli(e) ! Pensée pour les actifs, les personnes en reconversion ou en reprise d'études, cette formation s'appuie sur des outils pédagogiques pertinents, des mises en pratique concrètes et un accompagnement structuré.*

### **UN APPRENTISSAGE FLEXIBLE, MAIS JAMAIS ISOLÉ**

Notre plateforme vous offre :

- Un accès illimité 7j/7 à plus de 150 pages de cours clairs et illustrés
- Des quiz, exercices corrigés, études de cas, podcasts et vidéos, pour rythmer votre progression
- Un forum d'échange pour garder le lien avec les formateurs et les autres apprenants

### **LA DISTANCE N'EST PAS UN FREIN. ELLE EST UNE FORCE**

En suivant ce programme, vous développez des compétences qui sont aujourd'hui essentielles dans tous les métiers de l'événementiel : rigueur, gestion à distance, adaptabilité, autonomie, capacité à collaborer en ligne...

Vous devenez un(e) professionnel(le) de terrain, prêt(e) à relever les défis d'un secteur en constante évolution.

## LE CHEF DE PROJETS ÉVÉNEMENTIELS

Responsable de projets et spécialiste de la création et l'organisation d'événements, le ou la chef, cheffe de projets événementiels est la clef de voute pour l'analyse, l'évaluation des besoins, le conseil, la proposition de solutions, l'accompagnement et la réalisation d'événements auprès d'entreprises, de collectivités territoriales, d'associations ou encore de particuliers.

Le ou la chef, cheffe de projets événementiels intervient principalement dans l'analyse stratégique des besoins d'un client, l'élaboration de recommandations (stratégique et créative), la production et le pilotage d'un projet, la coordination d'un événement et l'analyse des retombées post-événement.

### PUBLIC

- Salariés
- Demandeurs d'emploi
- Personnes en reprise d'étude
- Reconversion professionnelle

### DURÉE

La durée estimée de travail est de **170 heures**. Vous disposez de 6 mois pour effectuer votre formation dans son intégralité.

### TARIF

1 500 €



Titre de niveau 6 "Chef de projets événementiels" certifié par  
Groupe EFD / EFCDE

Titre RNCP 38023, enregistré le 20 septembre 2023.

## MODALITÉS D'ACCÈS ET D'ADMISSION

---

Pour être admis(e) le, la candidat(e) devra satisfaire aux conditions suivantes :

- Être retenu pour un entretien suite à l'envoi de dossier de candidature
- Valider l'entretien de motivation pour le métier
- Valider les tests demandés par l'établissement

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

---



- Formation 100 % distance
- Formateur disponible par messagerie privée
- Plateforme accessible 7j/7
- Téléchargement des cours en version numérique
- Cours théoriques
- Liens vidéos
- Podcast
- Quiz et exercices corrigés
- + de 150 pages de cours et annexes sur ce bloc.

Les méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation sont adaptables aux publics en situation de handicap.\*

*\*contactez notre référent handicap pour de plus amples informations*

## INFORMATIONS

---

- Pré-requis

L'accès au dispositif de certification concerne :

- les titulaires d'une certification de niveau 4
- les titulaires d'une certification de niveau 5
- les actifs en reconversion

- Délai d'accès :

Votre accès à la formation ne pourra se faire qu'après le délai légal de rétractation, à savoir 14 jours après validation de votre inscription.

- Outils indispensables

- Avoir un ordinateur permettant le travail en ligne.
- Une connexion internet

- Modalités de Financement:

- Autofinancement
- CPF
- France Travail
- Transition pro
- OPCO ...

# 3 BLOCS DE LA CERTIFICATION



## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Chaque bloc de compétences se valide de manière indépendante par des livrables.

### LIVRABLE BLOC 2:

Sur la base d'un projet d'organisation de salon professionnel sur un thème défini, le candidat rédige un dossier de suivi de production de l'événement.

### LES AUTRES LIVRABLES (HORS BLOC 2)

#### LIVRABLES BLOC 1:

- Sur la base d'un projet événementiel s'appuyant sur une demande réelle ou fictive, le candidat recueille des informations complémentaires utiles au projet suite aux réponses à un nombre déterminé de questions posées et reformule en détail le brief par écrit.
- Sur la base d'un projet événementiel s'appuyant sur un appel d'offres fictif, le candidat rédige une recommandation stratégique et créative.
- Présentation orale de la recommandation.

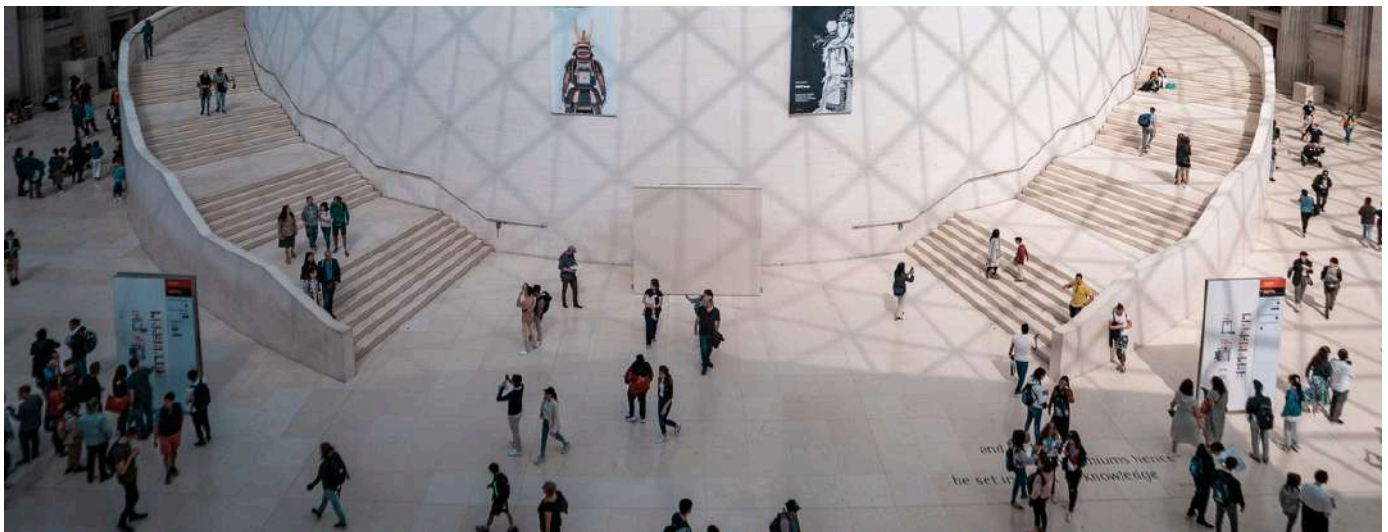
#### LIVRABLES BLOC 3:

1. A partir du descriptif d'un événement ayant subi plusieurs situations chaotiques et d'échecs le jour J, le, la candidat.e analyse les actions menées, évalue leurs impacts et élabore des propositions qui auraient permis son bon déroulement.
2. A partir d'un projet d'organisation de séminaire, le candidat réalise les actions de clôture de l'événement et évalue les retombées et propose des préconisations futures.

L'ensemble corrigé et noté par un jury de professionnels.

Chaque bloc doit être validé par une note de 10/20 minimum.

**La délivrance du titre est conditionnée à la validation des 3 blocs de compétences constitutifs de la certification.** Aucun système de compensation entre les blocs ou unités d'enseignement n'est autorisé. Si un bloc présente une moyenne inférieure à 10 sur 20, le diplôme ne pourra être délivré, même si les autres blocs sont validés. Un rattrapage sera alors envisageable moyennant un forfait de 80€ / livrable à représenter.



## PROGRAMME : PILOTER UN PROJET ÉVÈNEMENTIEL

### I. GESTION OPÉRATIONNELLE ET COMMERCIALE

- Les activités durant la phase de suivi
- Rétroplanning
- Méthodes de travail collaboratives et outils de gestion de projet
- Organisation et mise en place d'un projet collaboratif
- Les réunions
- Appel d'offres fournisseurs
- Maîtrise financière et logistique des actions commerciales
- La gestion commerciale
- Les enjeux et l'utilité d'un CRM
- Chronologie des actions commerciales

### II. CONFORMITÉ ADMINISTRATIVE, JURIDIQUE ET SÉCURITAIRE

- Encadrement légal et sécuritaire des manifestations : qui / quoi ?
- Les procédures et déclarations administratives
- Préconisations dans l'organisation d'un événement
- Sécurité et de secours
- Plan de sûreté
- La SACEM
- L'assurance responsabilité civile organisateur
- Le règlement général de protection des données (RGPD)
- Obligations pour tout événement incluant un voyage ou un séjour

### III. PARTENARIATS

- De quoi parle-t-on ?
- Le sponsoring
- Mécénat
- Relations entre parrain et parrainé
- Les subventions

### IV. LES ACTIONS DE COMMUNICATION

- Les relations presse
- Communiquer efficacement avec la presse
- La publicité
- Les partenariats d'échanges avec les médias
- Le plan média

### V. METTRE EN PLACE UNE DÉMARCHE RSE

- RSE et développement durable, de quoi parle-t-on ?
- Norme iso 20121
- Les principaux labels en événementiel
- Événements éco-responsables

### VI. LE MONDE DES SALONS ET FOIRES

- Présentation du secteur
- Les salons et foires
- Les acteurs du milieu
- UNIMEV
- La réglementation
- La phase de production d'un salon
- Évolutions et tendances



- Lors d'un entretien exp...
- Quelle est l'une des prin...
- 1ER CONTACT AVEC U...
- FOCUS: APPEL D'OFFR...
- PDF: Guide de l'annon...
- LES ÉTAPES DU BRIEF...

- LE BRIEF
- PDF: Contenu d'un bri...
- PDF: Exemple de cahier...
- MENER UN ENTRETIEN...
- PDF: Mener un rendez...
- REDIGER LE BRIEF EVE...
- REDIGER LE BRIEF EVE...
- REDIGER LE BRIEF EVE...
- REDIGER LE BRIEF EVE...

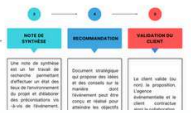
- Quit / Qu'avi
- Que signifie
- Lors de la ré
- Que retrouv
- Lors d'un ap
- Quels sont l
- Quelle est l
- Lequel d

## LES ÉTAPES DU BRIEF À LA RECOMMANDATION



Tout commence par la compréhension des besoins du client, la définition des axes stratégiques à adapter puis la proposition créative, et se termine par la signature d'un contrat pour lancer l'exécution du projet.

### ORDRE ET RELATION ENTRE LES DIFFÉRENTS DOCUMENTS CLÉS



### MODELES DE COLLABORATION

## MODELES DE COLLABORATION



Lorsque vous créez un budget pour un événement, une question essentielle se pose rapidement : Qui prend en charge les dépenses ? Au 20<sup>ème</sup> siècle, on vous en faisait généralement un agent, qui prenait les prestations, ou soit ce le client (par exemple une entreprise comme Nu).

C'est une décision stratégique que va déterminer toute la structure de votre budget :

- À qui sont adressés les devis et les factures ?
- Qui signe les contrats avec les prestataires ?
- À quel moment la Tva passe-t-elle ?
- Pourquoi vous faire une charge sur certaines prestations ?

La réponse dépend du modèle de collaboration choisi entre le client et l'agence événementielle (nous) imaginez.

### NETFLIX CONFIE À UNE AGENCE LE LANCEMENT DE LA SAISON 14 DE "STRANGER THINGS"



CHOISIR UN PERSONA  
Réaliser et documenter !

REPLIR LA CARTE  
Se poser les bonnes questions pour chaque come et n'omettre aucun jugement !

Posez des questions ouvertes : "Qu'est-ce qu'il ressent à ce moment-là ?" ; créez un climat d'écoute (pas de jugement, que de l'observation) et conduisez travaux sur : "Et donc... qu'est-ce qu'il pourrait faire pour lui ?"

### NATURE DE L'ÉDITION / LE

rumours, lumières et odeurs  
sur des 4 éléments, à vivre seul  
tion et interaction.



### 2.D Définir un concept créatif

Dans un monde où l'événementiel est une expérience à part entière, la création d'un concept fort est essentielle pour marquer des esprits.

Ce module vous plonge au cœur du processus de création d'un concept événementiel. Pour illustrer chaque notion abordée, une étude de cas fictive servira de fil rouge tout au long de votre apprentissage : proposer le futur concept de l'édition 2030 du festival Coachella.

Nous commencerons par explorer la notion même de concept : ses composantes, ses leviers, et ce fameux twist créatif qui lui donne toute sa force. Nous verrons ensuite comment construire un concept pas à pas, à l'aide d'outils collaboratifs comme le brainstorming ou le mind mapping.

Nous poursuivrons avec la formalisation visuelle du concept à travers le mood board, avant d'aborder le storytelling : un levier puissant pour incarner une idée et mieux la transmettre. Vous apprendrez à construire un récit cohérent, à rédiger un slogan percutant, et à structurer votre message pour captiver votre audience.

Le module vous guidera également dans l'utilisation du design thinking, une méthode agile et centrée utilisateur, particulièrement efficace en événementiel. Nous verrons comment cette approche favorise l'innovation, en passant par ses cinq étapes clés adaptées à la conception d'expérience.

Enfin, nous explorerons les dimensions sensorielles et émotionnelles du concept à travers le marketing expérientiel, puis nous nous pencherons sur l'UX événementielle. Grâce à des outils comme l'Empathy Map ou l'Experience Map, vous apprendrez à penser un événement du point de vue des participants, pour créer un parcours immersif et engageant.

De l'inspiration à la structuration, ce module vous donnera toutes les clés pour imaginer et faire vivre un concept créatif fort, différenciant et porteur d'impact.

Mais avant toute chose, évaluons vos connaissances sur le sujet...

Démarrer le module

### TRAVAIL PERSONNEL

Création de fiches d'identité des organismes et salons de la filière événementielle.

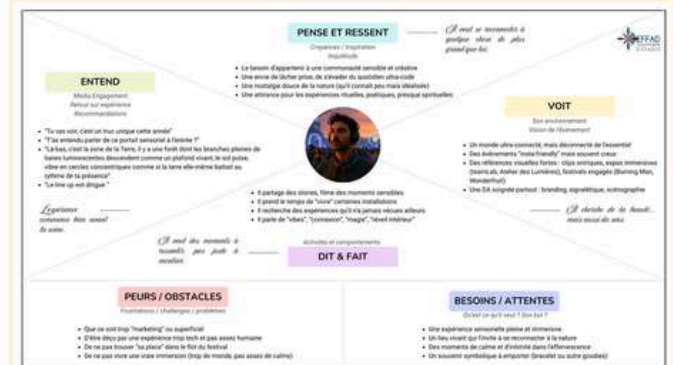
Prenez connaissance des sites internet mentionnés dans les deux chapitres précédents puis créez vous une fiche 'identité' de chacun de ces organismes, agences et salons : que sont-ils, que font-ils, quels sont les réseaux sociaux que je peux suivre, que connaissent-ils, quels sont les événements importants présentés / mis en avant, comment se distinguent-ils, jusqu'à m'inscrire à un de leurs événements, etc ?

- Approfondir la connaissance du secteur / se familiariser avec les principaux acteurs de la filière événementielle et les événements phares du secteur.
- Développer des compétences de recherche / affiner vos capacités à trouver et synthétiser des informations pertinentes.
- Construire un réseau de ressources / commencer à établir votre propre réseau de veille et de ressources professionnelles.
- Se préparer à des opportunités / identifier des opportunités de participation, de réseautage ou d'apprentissage en lien avec votre formation.

### POUR REPRODUIRE CETTE CARTE

langement de posture : on passe de "penser pour" à "penser avec" l'utilisateur !

### QUE DONNERAIT UNE CARTE D'EMPATHIE POUR NOTRE PERSONA : UN MILLENNIAL DE NOTRE ÉTUDE DE CAS COACHELLA 2030 ?



## DÉBOUCHÉS

---

L'activité de chef(fe) de projets évènementiels s'exerce en indépendant mais aussi en tant que salarié, et au sein :

- D'agences évènementielles
- De structures hôtelières
- De salles de réception
- D'agences de communication
- De collectivités territoriales et mairies
- D'associations sportives
- De musées ou lieux culturels
- De tour-opérateurs / tourisme d'affaires/ Agences Voyages groupes/ Incentives
- D'agences réceptives
- D'offices de tourisme (ayant un département MICE)
- De sociétés de production
- D'associations
- De fédérations sportives
- De structures publiques et parapubliques
- D'entreprises d'organisation et de salons, congrès et de manifestations professionnelles...
- De service culturel des organismes publics, parapublics, institutionnels, musées...
- En « implant » dans toute entreprise ayant un service « évènementiel ».

## CONTACT

---



Téléphone : 09 53 04 96 44

Mail : [secretariat@effad.fr](mailto:secretariat@effad.fr)

Standard ouvert:

Lundi et mercredi: 8h30-16h30

Mardi et jeudi: 8h30 - 12h

Adresse:

Zone de Fréjorgues Ouest

233 rue de Roland Garros

34130 Mauguio

