

CHRONIQUE GESTION D'ÉVÉNEMENTS

Mars 2011

En collaboration avec l'experte en organisation d'événements Lyne Branchaud, le Centre québécois de services aux associations présente une série de chroniques portant sur la gestion et l'organisation d'événements. Les opinions émises dans ces chroniques sont celles de l'auteur ; sa participation dans le cadre de ces chroniques rejoint les valeurs d'Échange, Partage et Entraide du Centre et nous l'en remercions.

QUE DOIT CONTENIR UN BUDGET D'ÉVÉNEMENT ?

Lyne Branchaud

Formatrice et consultante en organisation d'événements

Trois des questions que je me fais souvent demander par les planificateurs d'événements qui débutent dans le métier sont « *Comment faire un budget d'événement ?* », « *Qu'est-ce que je dois y inclure ?* » et « *Comment puis-je être certain de ne rien oublier ?* ». Lorsqu'on planifie un événement et qu'on désire avoir une idée des revenus potentiels et des dépenses de son projet, il faut bâtir ce qu'on appelle un budget provisoire.

Au départ, il existe 3 résultats budgétaires possibles :

- Réaliser un profit (donc, avoir plus de revenus que de dépenses)
- Atteindre le seuil de rentabilité ou *break-even point*, (ne pas avoir de profit ni de perte)
- Réaliser un événement à perte (les dépenses sont plus élevées que les revenus)

Par exemple, le budget de l'assemblée générale annuelle d'un organisme à but non lucratif est habituellement à perte (car ce type d'événement n'engendre pas de revenus). En revanche, une campagne de collecte de fonds doit générer un profit car c'est ce dernier qui va dans les coffres de l'organisme.

La première étape est donc de déterminer le résultat que vous souhaitez atteindre pour votre projet – profit, *break-even point* ou perte. Puis on débute la création du budget provisoire. Pour ce faire, il faut compiler tous les revenus et toutes les dépenses projetés pour l'événement, et ce, le plus précisément possible.

Dans cet exercice, il est primordial d'être constant. Ainsi, il importe de décider au début si vous incluez les taxes ou non dans les montants inscrits. Peu importe votre choix, assurez-vous de toujours comparer des pommes avec des pommes et d'utiliser la même façon de faire tout au long du processus.

Si l'événement est récurrent, vous pourrez simplement vous référer au budget réel de l'année précédente et établir vos projections pour l'année courante en ajustant les montants selon les modifications apportées à l'événement. Autrement, vous devrez utiliser votre expérience, celle de votre équipe de travail et de vos fournisseurs ou vous référer à des budgets d'événements semblables qui auraient déjà été réalisés dans le passé.

Afin de déterminer la liste des revenus et des dépenses, voici différents postes budgétaires à évaluer. Comme vous le constaterez, les revenus d'un événement peuvent provenir de différentes sources :

- **Frais d'inscription** – c'est-à-dire le montant que doivent payer les membres pour assister à l'événement.
- **Frais de location de kiosque** – utilisés surtout lors d'exposition, ce sont les montants demandés aux exposants pour louer un kiosque qui leur permettra d'offrir leurs produits ou services sur le plancher d'exposition.

Lyne Branchaud

Formation et coaching
Organisation d'événements

514 891-3323

l.branchaud@sympatico.ca

<http://www.guideevenement.com/index.html>



- **Inscriptions supplémentaires à des activités** — par exemple lors d'un événement de plusieurs jours, des invités pourraient se joindre aux participants pour une soirée gala et payer uniquement pour participer à cette activité ou certaines activités facultatives peuvent être offertes aux participants moyennant un supplément.
- **Commandites** – visibilité dont jouit un fournisseur ou un client lors d'un événement en échange d'un montant d'argent, de produits ou de services offerts gratuitement, etc.
- **Publicité** — par exemple le prix demandé à un partenaire afin d'insérer une annonce publicitaire de son entreprise dans le programme de l'événement
- **Financement** — subvention offerte d'un secteur public ou privé (gouvernement, association, etc.).
- **Commissions, ristournes ou redevances** — que vous auriez négociées avec des fournisseurs.
- **Ventes de produits dérivés** – vente sur le site de tasses, chandails, épinglettes ou autres objets promotionnels avec le logo de l'événement, vente d'un DVD avec le contenu de la représentation (spectacle, conférences), etc.
- **Exploitation de concession** – par exemple, le montant demandé à un fournisseur pour être autorisé à vendre de la boisson ou de la nourriture sur le site.
- **Collectes de fonds** – activité organisée pour amasser des fonds avant ou pendant l'événement comme par exemple une vente de billets pour un tirage, une activité-bénéfice ou un encan.

Passons maintenant aux dépenses. On peut les regrouper en 3 catégories :

- Les dépenses fixes, c'est-à-dire les dépenses qui ne varient pas selon le nombre de participants (le cachet d'un groupe musical, les frais de location de salle ou d'équipements audio-visuels, etc.).
- Les dépenses variables, où le nombre de participants fait varier les coûts (les frais de repas et de boisson, les pourboires, les frais reliés aux activités, etc.).
- Les dépenses indirectes (la location d'équipement de communication pour les équipes d'opérations, les frais de déplacement, etc.).

Voici une liste de dépenses qu'on retrouve habituellement dans le budget d'un projet événementiel :

- **Location d'espace ou de salles** — coût de la location d'espace ou de salles pour la tenue d'une exposition, d'une activité, de conférences, etc.
- **Frais de participation** — par exemple, les frais de jeu demandés par un club de golf lors d'un tournoi, les billets pour participer à une activité (visite guidée, croisière, etc.).
- **Aménagement des kiosques** – coût de location d'équipements reliés aux kiosques d'exposition (structures, éclairage, chaises, tables, comptoirs, tapis, etc.)
- **Hébergement** – prix des chambres d'hôtel et faux frais (mini-bar, etc.)
- **Restauration** – frais pour les repas, les pauses-café, la boisson, les frais de service de 15 % (pourboire)
- **Accueil et inscription** — Frais reliés à l'accueil des participants à l'aéroport, à la gestion des formulaires d'inscription par une firme spécialisée, à l'achat de matériel pour l'identification des participants (cocardes), etc.
- **Conférencier/animateur** – honoraires demandés par un conférencier ou un animateur pour donner une conférence ou animer un atelier.
- **Activités** – frais reliés à l'organisation d'une activité incluant le matériel utilisé (photocopies, accessoires, etc.).
- **Animation** – frais reliés à l'animation d'une soirée (le cachet d'un artiste, d'un maître de cérémonie, d'un groupe musical, etc.).
- **Audiovisuel** – frais pour la location d'équipement audiovisuel (système de son, projecteurs, écrans, éclairage, webdiffusion, webconférences, etc.).
- **Électricité** – frais reliés à l'utilisation d'électricité supplémentaire ou des honoraires de l'électricien sur place.
- **Communication, publicité, envois et site internet** — frais reliés à une campagne de télémarketing, à des relations et pochettes de presse, à la production d'un guide, d'un programme ou d'un sondage, à l'envoi de l'information pré-événement, frais postaux, frais de développement, de programmation et de gestion du site Internet, etc.
- **Conception graphique** – frais de studio d'infographie ou d'une agence de publicité pour la conception des éléments graphiques; le logo de l'événement, les pochettes de presse, les montages PPT, etc.
- **Impression et affichage** – frais reliés à l'impression du matériel publicitaire ou promotionnel (invitations, pochettes de renseignements, badges, feuillets publicitaires, banderoles, signalisation sur le site, affiches diverses, cartables de conférences, etc.)
- **Concours, cadeaux, tirages, trophée** – frais reliés à l'achat de cadeaux remis aux participants (prix de présence pour les tirages, trophée, plaques, etc.)

- **Informatique et communication** – frais pour la location de lignes téléphoniques, d'un télécopieur, d'un photocopieur, d'ordinateurs, d'imprimantes, de connexions internet, d'émetteurs-récepteurs portatifs, le développement de la programmation informatique, etc.)
- **Honoraires professionnels et équipements spécialisés** – frais à payer pour l'utilisation de fournisseurs ou de location d'équipements spécialisés : les relations publiques, les frais d'avocat, de photographe, de personnel pour la sécurité, d'interprètes, la location de machinerie (*monte-charge*), d'accrochage, d'arrivée d'eau, etc.
- **Administration (gestion et comité)** – dépenses occasionnées par les réunions internes et avec les fournisseurs (repas, location d'équipement audiovisuel), salaires, avantages sociaux, fournitures de bureau, etc.
- **Main-d'œuvre et frais de déplacement** – Salaires de l'équipe de montage, de démontage, du personnel d'opérations, d'allocation de kilométrage, frais de déplacement pour la visite de sites, etc.
- **Décor** – dépenses entraînées par location ou l'achat de centres de table, de nappes, de couvre-chaises, d'une scène, d'un podium, de fleurs, de rideaux, d'accessoires, etc.
- **Papeterie et objets promotionnels** – frais reliés à la production et à l'achat de feuilles de notes, de crayons, réalisation de cartes professionnelles, d'en-têtes de lettres et d'enveloppes, d'objets promotionnels avec le logo de l'événement, etc.
- **Transport, entreposage et livraisons** – frais de location de camion pour le transport du matériel, frais d'entreposage, de services de messagerie, de frais de livraison aux chambres, de navettes, d'autobus, d'avion, de taxi, etc.
- **Entretien** – frais d'entreprise de service pour l'entretien ménager, le recyclage, l'entretien des plantes, etc.
- **Frais divers** – frais d'assurance, de carte de crédit, d'achat d'uniformes pour l'équipe d'opérations, etc.

Cette liste n'est qu'un résumé des différentes dépenses pouvant être évaluées lors de l'élaboration du budget préliminaire et vous devrez l'adapter aux besoins spécifiques de votre projet. Comme il est impossible de tout prévoir et de ne rien oublier, il est essentiel de prévoir un montant pour des dépenses imprévues qui sont assez fréquentes lorsque tous les détails de l'événement ne sont pas encore arrêtés. Ce montant peut se situer entre 5 % et 10 % du budget total. Encore une fois, assurez-vous d'être le plus réaliste possible lorsque vous faites vos prévisions.

Petit truc : À cette étape, toujours arrondir les montants vers le haut et non vers le bas (par exemple, 795 \$ devrait être 1 000 \$ et non 750 \$).

Muni de ce budget provisoire, vous verrez si vous devez effectuer des modifications au contenu de l'événement afin d'atteindre l'objectif que vous vous étiez fixé (*profit*, *break-even point* ou *perte*). Vous pourrez alors prendre des mesures pour augmenter vos revenus, diminuer vos dépenses ou vous pourrez vous permettre d'intégrer des éléments supplémentaires.

Après en avoir fait vérifier le contenu par vos collègues, faites-le approuver par les dirigeants. Je vous conseille de passer en revue chacun des postes et d'expliquer aux dirigeants leur contenu afin de vous assurer qu'ils comprennent bien le budget. À cette étape, il est encore temps de rectifier le tir et il se peut que vous ayez à apporter des ajustements afin d'intégrer les nouvelles demandes des dirigeants. Ce processus est tout à fait normal.

Vous trouverez ci-dessous, une grille de budget provisoire que vous pourrez utiliser et ajuster afin d'établir les revenus et les dépenses de vos projets.

Exemple de grille de budget

BUDGET	
REVENUS	
FRAIS D'INSCRIPTION OU D'ENTRÉE	
LOCATION DE KIOSQUES	
INSCRIPTIONS POUR ACTIVITÉS SUPPLÉMENTAIRES	
VENTE DE PRODUITS DÉRIVÉS	
COMMISSIONS, RISTOURNES, REDEVANCES	
EXPLOITATION DE CONCESSIONS	
COLLECTES DE FONDS	
COMMANDITES/PUBLICITÉ	
FINANCEMENT (SECTEUR PRIVÉ ET PUBLIC)	
TOTAL DES REVENUS	0 \$

DÉPENSES	
LOCATION D'EMPLACEMENT, DE SALLES OU D'ESPACES	
FRAIS DE PARTICIPATION	
AMÉNAGEMENT DES KIOSQUES	
HÉBERGEMENT	
RESTAURATION (incluant le 15 % de pourboire)	
CONFÉRENCIERS/FORMATEURS/ANIMATEURS	
ACTIVITÉS	
ANIMATION/DIVERTISSEMENT/MUSIQUE	
AUDIOVISUEL	
ÉLECTRICITÉ	
MATÉRIEL D'INSCRIPTION ET D'IDENTIFICATION DES PARTICIPANTS	
MATÉRIEL DE COMMUNICATION (PAPETERIE, PUBLICITÉ, PROMOTION)	
CONCEPTION GRAPHIQUE	
IMPRESSION (MATÉRIEL IMPRIMÉ)	
CONCOURS, CADEAUX, TIRAGES, TROPHÉES	
INFORMATIQUE ET COMMUNICATION (SITE WEB)	
ENREGISTREMENT, WEBDIFFUSION, WEBCONFÉRENCES	
COMPILATION ET GESTION DES DONNÉES	
MONTAGE POWERPOINT	
SONDAGES	
PERSONNEL SPÉCIALISÉ (RÉDACTION, AGENT DE SÉCURITÉ)	
MAIN-D'ŒUVRE ET FRAIS DE DÉPLACEMENT	
SERVICES ET ÉQUIPEMENTS SPÉCIALISÉS (BESOINS ÉLECTRIQUES, STRUCTURES, TENTES, INTERPRÈTE)	
DÉCOR	
PAPETERIE ET OBJETS PROMOTIONNELS, PRODUITS DÉRIVÉS	
TRANSPORTS, ENTREPOSAGE, LIVRAISONS, STATIONNEMENTS	
ENTRETIEN/RECYCLAGE	
FRAIS DIVERS (ASSURANCES)	
ADMINISTRATION	
PRODUITS DE L'ENTREPRISE	
TOTAL DES DÉPENSES	0 \$
TOTAL GLOBAL	0 \$

Tiré du livre « L'organisation d'un événement, guide pratique » de Lyne Branchaud aux Presses de l'Université du Québec.

Pour en savoir davantage sur l'organisation d'événements, contactez Mme Lyne Branchaud au 514 891-3323, par courriel à l.branchaud@sympatico.ca ou visitez son site internet à <http://www.guidevenement.com/index.html>.

Le Centre québécois de services aux associations, une initiative du Regroupement des organismes nationaux de loisir et de sport du Québec, a pour mandat d'appuyer la progression du développement professionnel des gestionnaires des OSBL du Québec, tout en contribuant à l'efficacité de ces organismes. Les stratégies d'intervention du Centre privilégient la collaboration avec d'autres organismes du milieu associatif québécois. Le Centre désire favoriser les rapports entre les individus et souhaite faire vivre l'esprit d'entraide par l'échange et le partage des expériences et des compétences. Pour de plus amples informations : www.associationsquebec.qc.ca.