

# PROJECTION Alimentterre



## MINI-GUIDE Comment organiser une projection

### Check Liste

- ✓ L'équipe organisationnelle
- ✓ Salle de projection
- ✓ Date
- ✓ Budget
- ✓ Film
- ✓ Débat
- ✓ Réservation ou pas
- ✓ Adaptation de l'affiche et de la bannière Facebook
- ✓ Promotion
- ✓ Le jour de la promotion

### 1. L'équipe organisationnelle

Constituer une équipe de personnes qui vont être le noyau dur de l'organisation, puis former une équipe plus large avec les partenaires de diffusion qui sont prêt à relayer l'évènement auprès de leur public.

### 2. Salle de projection

Trouver une salle de projection : cinéma local, centre culturel, auditoire, salle communale... S'assurer de posséder le matériel technique nécessaire à une bonne projection et à l'organisation d'un débat : projecteur et écran de projection, système sonore, chaises, micro pour l'échange si besoin.

### **3. Date**

Fixer une date en s'assurant qu'aucun événement du genre (conférence, projection, festival sur thématiques agricoles et alimentaires) n'ait lieu en même temps ou quelques jours avant/après afin de ne pas perdre du public potentiel.

### **4. Budget**

Il est vivement conseillé de faire un petit budget prévisionnel de l'activité afin d'anticiper au maximum les frais qui pourraient surgir et ne pas avoir de mauvaise surprise. Voici une liste non exhaustive de quelques postes fréquents :

- Location de salle
- Droits du film
- Impression d'affiches
- Déplacement d'intervenants
- Drink ou dégustation paysanne
- Divers

### **5. Film**

Choisir le film que vous voulez diffuser et vous mettre en contact avec nous afin de définir ensemble les droits de projection et procéder à l'envoi de la clé USB.

### **6. Débat**

Définir un thème de débat et inviter des intervenants qui peuvent apporter des éclairages différents.

» Plus d'info sur comment animer le débat, quelles genre de questions poser, etc. dans la fiche pédagogique du film.

### **7. Réservation ou pas ?**

Imposer une réservation peut être une bonne chose pour avoir une idée du succès (ou pas) de l'événement en amont et ajuster la communication, mais cela demande aussi un peu de suivi et de mise en place.

Il faut éclaircir s'il s'agit de préventes (achat de places) et de réservations gratuites (qui du coup n'engagent à rien). La deuxième option engendre généralement un taux de 30% de personnes qui ne se présentent pas à l'événement, malgré leur réservation. Nous vous conseillons donc de bien mentionner dans la confirmation de réservation que si la personne ne se présente pas 15min à l'avance, son ticket peut être attribué à quelqu'un d'autre, afin d'éviter de bloquer des places qui resteront vides alors que d'autres spectateurs « attendent dehors ».

Pour gérer les réservations de manière automatique, vous pouvez utiliser des programmes en ligne gratuits tels que [EventBrite](#), [WeezEvent](#) ou les [formulaire d'inscription de Google](#). Assurez-vous d'activer un mail de confirmation.

## 8. Adaptation de l'affiche et de la bannière Facebook



Intégrez vos infos pratiques sur l'affiche dans le rectangle blanc:

- Quand,
- Où,
- Prix,
- Infos réservations ou préventes,
- Numéro de téléphone ou Site web

et les logos des partenaires dans le bandeau blanc du bas.

Un simple programme du type « Paint » devrait suffire.



Ajoutez vos informations sur la bannière Facebook (comme dans l'exemple ici).

*Conseil:* n'en mettez pas trop, l'image doit rester attractive et vous avez tout le contenu de l'événement pour les détails, infos pratiques, partenaires, etc.

## 9. Promotion

La promotion est une étape très importante pour assurer le succès de son événement, elle commence en moyenne 1 à 1,5 mois avant la tenue de l'événement. Elle se compose de plusieurs aspects.

### La promotion en ligne

Créer un événement Facebook ouvert (n'importe qui peut inviter des gens) où tous les partenaires sont « administrateurs » et invitez-y un maximum de personnes (demander à votre 1er cercle d'amis de faire de même), chaque partenaire doit également promouvoir l'événement via sa page Facebook – à plusieurs reprises évidemment. Chaque partenaire peut également rédiger une news sur son site et mentionner l'événement dans sa newsletter.

### **La promotion hors ligne**

Cette promotion « classique » consiste à apposer des affiches et flyers dans un maximum d'endroits susceptibles d'être fréquentés par le public potentiel (magasins bios, coopératives, centre culturels, ressourceries, fermes, bars, restaurants...). Il est très important de commencer ce travail minimum 1 mois avant l'événement et de repasser régulièrement dans les lieux afin de s'assurer que les affiches et flyers sont encore visibles/présents.

### **La presse locale**

Contactez la presse locale en rédigeant un communiqué de presse / une invitation à la presse. Intégrez la bannière à l'invitation ainsi que les liens vers le site web et/ou l'événement Facebook. Enfin donnez un contact téléphone joignable.

## **10. Le jour de la projection**

**Veillez à avoir bien effectué les tests techniques** : son, écran, lisibilité des sous-titres, lumière, micro, audibilité du débat pour les spectateurs, micro baladeur pour les spectateurs si besoin...

### **Faites vivre le débat !**

Référez-vous au dossier pédagogique du film pour du contenu, des idées d'intervenants, de questions de débat ou d'animations mouvantes.

**N'oubliez pas** de compter environ le nombre de personnes présentes et de prendre quelques photos.

**Enfin, profitez !**