

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**  
**MINISTERE DE L'ENSEINEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE**  
**SCIENTIFIQUE**

**ECOLE NATIONALE SUPERIEURE DE MANAGEMENT**

**ENSM. Pôle Universitaire De KOLEA**



**MEMOIRE DE FIN D'ETUDES**

**Master en Entrepreneuriat et Management De Projets**

**Thème**

**La Contribution à L'Amélioration Des Processus de Planification  
D'un Projet Événementiel**

**Cas : Salon D'Import-Export Inter-Africains « IMPEX2020 »**

**Elaboré par :**

NKOLO Mariya Nawal

LACHAB Nour El Houda

**Encadré par :**

Dr. Mohamed CHOHRA

**Année 2019/2020**

## Résumé

En gestion de projet, les recherches se concentrent traditionnellement, autour d'industries telles que les projets de construction, d'ingénierie ou des hautes technologies. Et plus récemment autour des e-projets. Néanmoins, cette étude cherche à mieux intégrer les pratiques du management de projet dans le secteur non traditionnel, de l'événementiel. Le but de ce mémoire est donc d'étudier la contribution à l'amélioration des processus de planification, des projets événementiels en Algérie.

**Mots clés :** projet événementiel, gestion de projet, processus de planification

## Abstract

In project management, research has traditionally focused on industries such as construction, engineering or high technology projects. And more recently around e-projects. Nevertheless, this study seeks to better integrate project management practices in the non-traditional sector of events. The aim of this paper is therefore to study the contribution to the improvement of planning processes for event projects in Algeria.

**Key words:** event project, project management, planning process

## ملخص

في إدارة المشاريع ، تركز البحث تقليديًا حول صناعات مثل البناء أو الهندسة أو مشاريع التكنولوجيا العالية. ومؤخرًا حول المشاريع الإلكترونية. ومع ذلك ، تسعى هذه الدراسة إلى دمج ممارسات إدارة المشاريع بشكل أفضل في قطاع الأحداث غير التقليدي. الغرض من هذه الرسالة هو دراسة المساهمة في تحسين عملية التخطيط لمشاريع الأحداث في الجزائر.

**الكلمات المفتاحية:** مشروع الحدث ، إدارة المشروع ، عملية التخطيط

## Remerciements

Ce document est l'aboutissement de deux années de travail et il n'aurait jamais existé sans l'aide et le soutien des professeurs, collègues, amis et proches qui nous ont soutenues et épaulés au cours de cette période, scientifiquement et humainement, nous souhaitons qu'ils en soient tous remerciés.

Nous tenons à particulièrement à remercier très chaleureusement nos parents pour avoir cru en nous et pour nous avoir soutenus depuis le début de cette formation.

On souhaite témoigner notre reconnaissance à notre encadreur Dr.Chohra, pour l'intérêt qu'il a témoigné à notre travail, pour ses idées et ses propositions qui ont alimenté notre dynamisme et celui de nos travaux et pour la confiance qu'il nous a accordé.

On tient à remercier les différentes personnes qui ont accepté de juger ce travail et dont les commentaires permettront d'améliorer la qualité de ce document.

Enfin, on désire exprimer notre reconnaissance au Directeur général de la STALL EXPO EVENT, Mr Berrabia et les autres membres de l'équipe de planification du salon de nous avoir accordé leur temps, former, afin de partager leur expertise et nous avoir donné la chance de travailler sur le projet IMPEX2020.

## Table des Matières

|   |      |
|---|------|
| Résumé.....   | I    |
| Remerciements .....   | II   |
| Table des Matières.....   | III  |
| Liste des tableaux .....  | VI   |
| Liste des figures.....  | VII  |
| Liste des abréviations, sigles et acronymes.....                    | VIII |
| Introduction générale .....   | 2    |
| I. CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE.....                                | 11   |
| 1 Généralité sur le management de projet.....                       | 17   |
| 1.1 Projet.....   | 17   |
| 1.1.1 Définition.....   | 17   |
| 1.1.2 Définition du cycle de vie du projet.....                     | 18   |
| 1.2 Projet événementiel.....  | 20   |
| 1.2.1 Définition.....   | 20   |
| 1.2.2 Objectif des projets événementiels.....                       | 22   |
| 1.2.3 Phases de planification événementielle.....                   | 22   |
| 1.2.4 Modèle proposé, en deux temps, cinq processus.....            | 23   |
| 1.3 Avantages et inconvénients.....                                 | 27   |
| 2 Organigramme de développement d'un projet événementiel .....      | 28   |
| 2.1 Product breakdown structure PBS.....                            | 29   |
| 2.2 Work breakdown structure WBS.....                               | 30   |
| 2.3 Organization breakdown structure OBS.....                       | 31   |
| 3 Processus clés de la planification d'un projet événementiel ..... | 32   |
| 3.1 Processus de management de contenu .....                        | 33   |
| 3.2 Processus de management des délais.....                         | 34   |
| 3.3 Processus de management des couts.....                          | 36   |
| 3.4 Processus de management des parties prenantes .....             | 37   |
| 3.5 Processus de management des ressources humaines.....            | 38   |
| 3.6 Processus de management de la communication .....               | 39   |
| 3.7 Processus de management des risques.....                        | 40   |

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 4     | Enjeux de planification de projet événementiel.....                                | 41 |
| 4.1   | Compréhension des enjeux d'un projet.....  | 41 |
| 4.2   | Enjeu du chef de projet événementiel.....  | 41 |
| 4.2.1 | Maîtrise des risques et le pilotage de la performance d'un projet événementiel ... | 42 |
| 4.2.2 | Enjeu de l'entreprise.....   | 42 |
| 4.2.3 | Enjeu de l'équipe opérationnelle.....  | 43 |
| 4.2.4 | Enjeu du client final.....   | 43 |
| II.   | CHAPITRE II : CADRE METHODOLOGIQUE.....  | 45 |
| 1.    | Encrage épistémologique.....   | 45 |
| 2.    | Méthode de la recherche.....   | 46 |
| 3.    | Considération autour du cas.....   | 48 |
| 4.    | Choix du terrain.....  | 50 |
| 5.    | Recherche documentaire.....  | 51 |
| 6.    | Choix de l'échantillon.....  | 52 |
| 7.    | Outils et techniques de collecte de données.....                                   | 53 |
| 8.    | Techniques d'analyse de données.....   | 56 |
| 9.    | Difficultés rencontrées.....   | 57 |
| III.  | CHAPITRE III : CADRE PRATIQUE.....   | 59 |
| 1.    | Présentation de l'organisme d'accueil.....   | 60 |
| 1.1   | Historique de l'entreprise.....  | 60 |
| 1.1.1 | Fiche technique de l'entreprise.....   | 61 |
| 1.1.2 | Personnels permanent de l'entreprise.....  | 61 |
| 1.1.3 | Données techniques de l'entreprise.....  | 61 |
| 1.2   | Situation géographique.....  | 61 |
| 1.2.1 | Organigramme de l'entreprise.....  | 62 |
| 1.2.2 | Carte stratégique.....   | 63 |
| 1.2.3 | Processus méthodologique de l'entreprise.....                                      | 64 |
| 1.2.4 | Présentation du salon IMPEX2020.....   | 64 |
| 1.3   | Présentation du salon IMPEX2020.....   | 64 |
| 2.    | Analyse et interprétation des données.....   | 66 |
| 2.1   | Particularité de l'étude sur le terrain.....                                       | 66 |

|     |   |                                    |
|-----|---|------------------------------------|
| 3.  | Profile de l'échantillon et des répondants.....                               | 66                                 |
| 3.1 | Statistiques descriptives de l'échantillon.....                               | 66                                 |
| 3.2 | Caractéristiques descriptives des répondants.....                             | 67                                 |
| 4.  | Synthèse des résultats.....   | 68                                 |
| 4.1 | Guide d'entretien destiné à l'équipe de planification du salon IMPEX2020..... | 68                                 |
| 4.2 | Questionnaire destiné aux participants du salon IMPEX2020.....                | 72                                 |
| 5.  | Discussion.....   | 74                                 |
| 5.1 | Analyse des principaux résultats.....   | 74                                 |
| 5.2 | Limites et recommandations.....   | 76                                 |
| IV. | CONCLUSION.....   | 80                                 |
|     | Références Bibliographiques .....   | 82                                 |
|     | ANNEXES.....  | <b>Erreur ! Signet non défini.</b> |

## **Liste des tableaux**

**Tableau n°01** : les avantages et les inconvénients dans la planification événementielle

**Tableau n°02** : représentation de l'échantillon selon le sexe

**Tableau n°03** : représentation de l'échantillon selon la catégorie d'âge

**Tableau n°04** : représentation de l'échantillon selon le niveau d'instruction

## Liste des figures

**Figure n°01** : la structure de cycle de vie d'un projet selon PMBOK (PMI)

**Figure n°02** : les différentes phases d'un projet

**Figure n°03** : exemple de PBS pour un projet événementiel élaborer par nos soins

**Figure n°04** : organigramme de taches (WBS). Projet IMPEX2020 élaboré par nos soins

**Figure n°05** : exemple d'OBS pour le projet événementiel élaborer par nos soins

**Figure n°06** : Processus de définition du contenu

**Figure n°07** : Processus d'élaboration de l'échéancier

**Figure n°08** : Processus d'estimation des coûts

**Figure n°09** : Processus d'identification des parties prenantes

**Figure n°10** : Processus d'estimation des ressources nécessaires aux activités

**Figure n°11** : processus de planification de la communication

**Figure n° 12** : processus de planification du management des risques

**Figure n°13** : l'organigramme de l'entreprise

**Figure n°14** : la carte stratégique de l'entreprise

## Liste des abréviations, sigles et acronymes

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>PMI</b>       | Project Management Institute                                    |
| <b>AFNOR</b>     | Association Française De Normalisation                          |
| <b>ISO</b>       | Organisme Internationale De Normalisation                       |
| <b>PMBOK</b>     | Project Management Body Of Knowledge                            |
| <b>N.B</b>       | Notez Bien  |
| <b>B2B</b>       | Business To Business  |
| <b>B2C</b>       | Business To Consumer  |
| <b>SFT</b>       | Structure De fractionnement Des Taches                          |
| <b>PBS</b>       | Product Breakdown Structure                                     |
| <b>WBS</b>       | Work Breakdown Structure  |
| <b>OBS</b>       | Organization Breakdown Structure                                |
| <b>OTP</b>       | Organigramme Des Taches Du Projet                               |
| <b>SDP</b>       | Structure De Découpage Du Projet                                |
| <b>IMPEX2020</b> | Salon Interafricain d'Import-Export 2020                        |
| <b>R.H</b>       | Ressources Humaines   |
| <b>PME</b>       | Petites Moyennes Entreprises                                    |
| <b>PERT</b>      | Program Evaluation Review Techniques                            |
| <b>SWOT</b>      | Strengths_ Weaknesses_ Opportunities_ Threats                   |
| <b>PESTEL</b>    | Politique_ Economie_ Social_ Technologie_ Ecologie_ Législation |
| <b>BCG</b>       | Boston Consulting Group   |
| <b>QQOCQP</b>    | Qui_ Quoi_ Ou_ Comment_ Quand_ Pourquoi                         |
| <b>FF</b>        | Fin à Fin   |
| <b>FD</b>        | Fin à Début   |
| <b>DF</b>        | Début à Fin   |
| <b>DD</b>        | Début a Début   |
| <b>CPM</b>       | Critical Path Method  |
| <b>RACI</b>      | Responsible, Accountable, Consulted, Informed                   |
| <b>VRIO</b>      | Valuable, Rare, Inimitable, Organized                           |
| <b>OMC</b>       | Organisation Mondial Du Commerce                                |
| <b>SEE</b>       | Stall Expo Event  |
| <b>ZELCAF</b>    | Zone De Libre Echange Du Continent Africain                     |
| <b>ANEXAL</b>    | Association Nationale Des Exportateurs Algériens                |
| <b>ALGEX</b>     | Agence Nationale De Promotion Du Commerce Extérieur             |
| <b>CAGEX</b>     | Compagnie Algérienne d'Assurance et Garantie                    |
| <b>COMSA</b>     | Marché Commun De l'Afrique Australe et Orientale                |
| <b>CEDEAO</b>    | Communauté Economique Des Etats De L'Afrique De L'ouest         |
| <b>IOT</b>       | Internet of Things  |
| <b>DG</b>        | Directeur Générale  |
| <b>DC</b>        | Directeur Commercial  |
| <b>DCom</b>      | Directeur De Communication                                      |
| <b>DRH</b>       | Directeur Des Ressources Humines                                |
| <b>CIC</b>       | Centre International Des Conférences                            |

# **Introduction générale**

## Introduction générale

Avec le temps, l'univers du management de projet est resté en constante évolution et grâce à cette évolution nous avons vu naître ce que l'on appelle le management de l'événementiel. Un secteur en pleine expansion dans tous les pays du monde. Qu'il s'agisse de manifestations à caractère professionnel ou festif, il semble inutile de rappeler qu'un jour ou l'autre, chaque organisme aura à organiser ce qui est communément appelé un "événement" pour la promotion de ses produits ou services.

Les toutes premières manifestations de gestion de projets événementiels datent de l'Antiquité. Nous pouvons citer par exemple, l'organisation des jeux Olympiques modernes qui tirent leurs origines des olympiades organisées au temps de la Grèce antique environ 776 av J-C. une époque dans laquelle les organisateurs devaient déjà utilisés des techniques propres à l'événementiel. L'étude et l'amélioration des pratiques de gestion au sein du domaine événementiel, sont d'autant plus pertinentes que les gestionnaires d'aujourd'hui doivent composer avec des délais toujours plus courts et des enjeux toujours plus grands.

Si la préparation et la réalisation de ces événements sont perçues comme des projets, la mise en œuvre des méthodes, processus et outils du management de projet traditionnel n'est plus répandue dans ses activités. Il existe des institutions spécialisés pour ce genre d'activité et de nombreux professionnels de ce domaine qui n'est pourtant pas tout à fait récent qui font le pont entre les processus de gestion de projet traditionnel telle que nous les connaissons et la gestion de projet l'événementiel.<sup>1</sup>

L'organisation d'événements ponctuels tels que les salons, les congrès, les colloques, les concerts ou encore les mariages sont en voie de devenir une discipline à part entière dans notre pays comme c'est déjà le cas ailleurs. Plusieurs organisations en font maintenant leur spécialité.

---

<sup>1</sup> Anthony Babkine Adrien Rosier. (2011). « Réussir l'organisation d'un événement » Groupe Eyrolles, ISBN : 978-2-212-55244-7

Il existe de nombreux guides qui proposent des méthodologies visant à optimiser le déroulement des projets à caractère événementiel. Cependant, ces méthodologies n'utilisent pas la démarche classique de gestion de projets intégralement.

Notre travail tendra alors à visualiser l'adaptation de l'approche de gestion de projets à la gestion des événements. Et ceux en contribuant à l'amélioration des processus de planification des projets événementiels en Algérie.

Il existe des attributs qui distinguent la gestion de projets événementiels de la gestion de projets dans d'autres secteurs d'activités. Le premier étant l'invariabilité de l'échéance. Dans le cas où celui-ci est annoncé longtemps à l'avance à un grand nombre de participants, la seule alternative au respect de l'échéance, c'est l'annulation de l'événement. Le deuxième attribut étant la concentration du résultat, car il comporte de nombreuses activités préalables dans un laps de temps limité. En effet, il est impensable de planifier un événement au fur et à mesure qu'il se déroule. Le troisième étant la consommation du livrable au moment où l'événement est tenu. Après un événement, il ne reste la plupart du temps que son souvenir.<sup>2</sup>

Pour cette raison, un grand nombre d'événements se déroulent dans un contexte où il faut coordonner un grand nombre de ressources, afin de satisfaire un grand nombre de parties prenantes, cela sur un échéancier relativement long, compte tenu de l'importance du budget. C'est ce qu'on appelle la planification.

La venue des nouvelles technologies a complètement changé les normes établis depuis des années. Cela a eu des impacts sur l'offre et la demande, les entreprises déjà très exigeantes, sont devenues de plus en plus exigeantes et ne se contentent plus des médias dit traditionnels qui sont jugés très similaires et pas du tout original pour faire la promotion de leurs produits, c'est pourquoi ils tendent vers ce secteur tertiaire de l'économie.

Pour mieux s'intégrer dans son environnement, l'entreprise doit communiquer sur elle-même par des moyens de communication telle que la publicité et plus

---

<sup>2</sup> Pierre-Paul MORIN Professeur, Université du Québec en Outaouais et André GBODOSSOU Professeur, Université du Québec en Abitibi. Intitulé modèle en deux temps, cinq processus. Consulté le 24/04/2020.

particulièrement par la communication événementielle. La communication est l'un des processus clés de la planification des projets, ce qui on fait un moyen qui permet à l'entreprise de renforcer son image mais aussi de susciter autour d'elle un climat de confiance et de sympathie qui sera favorable au développement de ses affaires. La planification événementielle comporte toutes les opérations qui permettent de promouvoir l'entreprise dans son ensemble.

Elle doit permettre d'attirer l'attention et de marquer les esprits, car celle-ci a pour objectif la promotion d'une marque, d'un produit ou d'un service.

La gestion d'événement regroupe les fêtes et festivals, les voyages de stimulation, les salons et les congrès ou encore réunions d'affaires, les événements sportifs et compétitifs, les événements à caractère promotionnel ou artistique et encore pleins d'autres.<sup>3</sup>

Dans le cadre de notre recherche accès sur le management de projet événementiel et plus particulièrement le planification des projets événementiels et la contribution aux processus de planification, nous nous sommes intéressés à l'organisation d'un salon d'import-export interafricain nommé « IMPEX2020 » premier salon dans son genre sur le territoire africain et international pour la promotion de la zone de libre-échange, la ZELCAF ratifiée et signée par 29 pays jusqu'à ce jour à travers notre entreprise événementiel la Stall Expo Event.

Nous avons commencé par faire la distinction entre le management de projet et le management de projet événementiel. Ensuite, nous avons procéder à l'explication des processus de planification événementielle dans le management de projet et les enjeux de cette discipline.

Diverses raisons nous ont poussés à choisir ce milieu. Tout d'abord, il s'agit d'un secteur très dynamique, intéressant et culturellement très enrichissants, nous avons eu l'opportunité d'organiser plusieurs événements au sein de l'école durant l'année scolaire et en dehors et cela bien avant le stade universitaire. Cette expérience nous a facilité la compréhension des enjeux du milieu en nous sensibilisant sur les préoccupations des gestionnaires d'événements, notamment lors de la collecte d'informations.

---

<sup>3</sup> RENAUD, Jacques. 2000. *Le management d'événement*. Montréal, les éditions Transconnental inc., 222 pages

Ce mémoire vise à étudier la stratégie de planification utilisée dans le secteur de l'événementiel algérien car malgré l'importance croissante de ce secteur dans l'économie, il existe très peu de recherches empiriques sur ses pratiques en gestion.<sup>4</sup>

Une enquête est donc effectuée auprès des gestionnaires de projet qui travaillent sur la planification du salon IMPEX2020 ainsi que les participants à cette manifestation. Les résultats de l'étude sont susceptibles d'une part, de fournir des pistes de réflexions aux chercheurs et, d'autre part, des lignes directrices pouvant orienter l'action des organisateurs événementiels. L'originalité et la contribution de cette étude provient à la fois de la méthodologie utilisée, soit l'enquête de type interprétative et d'un processus d'abduction, et du contexte dans lequel s'inscrit l'étude, c'est-à-dire la planification de projets événementiels de l'année 2020. Une année qui aura eu un impact très important sur le secteur de l'événementiel partout dans le monde.

Ainsi, notre sujet nous mène à poser la question centrale suivante :

### **Comment contribuer à l'amélioration des processus de planification des projets événementiels en Algérie ?**

Pour être en mesure de répondre à cette question, la recension des écrits nous permettra de déterminer :

- Quels sont les processus de planification d'un projet événementiel ?
- Quelles sont les lacunes de la planification des projets événementiels au sein de l'entreprise d'accueil Stall Expo Event ?
- Quelles sont les mesures à prendre pour améliorer les processus de la planification du projet événementiel « IMPEX2020 » au sein de la Stall Expo Event?

Toutes les recherches scientifiques sont déterminées par une approche théorique qui s'inscrit dans un champ de recherche. Il est important de bien cerner le cadre théorique pour bien mener notre recherche tout en s'appuyant sur les études réalisées sur le terrain. En effet, dans notre recherche nous allons suivre l'approche managériale pour mieux

---

<sup>4</sup>HARTMAN, Francis, Rafi ASHARAFI et George JERGEAS.1998. "Project management in the live Entertainment Industry: what is different?", *International Journal of project management*, vol.16, no5, p.269-281

expliquer notre phénomène d'étude. Et recensé nos sources théoriques dans une revue de littérature complète regroupant les travaux de plusieurs chercheurs internationaux afin de permettre aux intéressés d'avoir le maximum d'information effectuée sur le secteur de l'événementiel.

Au fil des dernières décennies, le modèle managérial des projets événementiels s'est imposé, en Amérique du Nord et en Europe, comme modèle dominant de pratique. Dans cette approche, nous étudierons le modèle managérial des pratiques de gestion de projets en management. Cette approche est étudiée par plusieurs pionniers à s'avoir, l'étude de Hartman en 1998, faisant le pont entre les pratiques de gestion de projet dans l'industrie de l'événementiel et celles des secteurs à caractères plus technique

Certains parallèles peuvent être retracés entre ces deux secteurs dans la littérature : le fait de planifier dans un environnement complexe de Bretani en 2001, et incertain de Stickel, 2001 ; Chapman et Ward, 2000 ; Bailey 1998 ; Lu et Wang, 1997. La préoccupation du temps avec Cooper et Edhett en 2000 ; Larcus en 2001 et la gestion des risques de Jaafari, 2001 ; Pender, 2000 ; Barki et al en 1992. Grunig, Hunt 1984, la communication et Grunig et Dozier 2002, le modèle managérial se caractérise par une relation asymétrique entre l'organisation et ses différents publics.

Cette approche managériale est issue des sciences de la gestion. Il faut rappeler qu'elles ont d'abord été enseignées dans les écoles de gestion, les processus de planification peuvent être perçus comme stratégiques pour les organisations (Dumas, 2010). Ses processus s'intègrent dans une perspective de gestion des planificateurs, près des pôles décisionnels. Dans cette approche, les processus jouent un rôle d'influence entre l'entreprise et ses publics (Boiry, 2003; Dagenais, 2005; Laskin, 2009; Plowman, 1998) De plus, les planificateurs eux-mêmes catégorisent leur discipline comme une fonction de gestion. « Jouant un rôle qui fluctue selon les organisations et les pays où ils interviennent, les planificateurs affirment assumer un rôle de gestion, (Maisonneuve, 2004, p.4). Il est tourné vers les orientations internes des organisations. Cette approche managériale s'est imposée dans la discipline de l'événementiel, notamment en raison de l'évolution des relations

publiques. Les relations publiques étant perçues comme stratégiques et liées au management.<sup>5</sup>

Nous avons opté l'approche managériale proposée par Mathieu Sauvé et Francis Hartman qui se rapproche grandement de la littérature de la gestion du management de projet.

Dans le modèle managérial, la pratique des processus de planification est organisée de façon à maximiser leur contribution à l'atteinte des objectifs organisationnels. L'optimisation de cette contribution constitue donc à la fois l'assise, le moteur et la finalité de la pratique des processus de planification des projets événementiels. Sur le plan pratique, la planification est la deuxième phase dans un projet, elle vient toujours après la phase d'initiation ou de définition du projet peu importe sa nature.

Le modèle que nous avons choisi pour expliquer cette phase est celui de Pierre-Paul MORIN Professeur, Université du Québec en Outaouais et André GBODOSSOU Professeur, Université du Québec en Abitibi. Intitulé modèle en deux temps, cinq processus.

Nous l'avons dit, Les événements se préparent longtemps à l'avance et se déroulent rapidement. Il est impératif que les gestionnaires de projets événementiels et leurs équipes se préparent à une gestion en deux temps : dans un premier temps, la période de préparation de l'événement et dans un second la gestion de celui-ci pendant son déroulement. Pour la gestion de ces deux temps, les auteurs de ce modèle se sont inspirés en partie du modèle de gestion de projets en cinq processus du Project Management Institute (PMI). Il y a : le démarrage, la planification, la réalisation, le contrôle, et enfin la clôture. Nous l'avons choisi en préférence à ceux qui en comportent quatre. En effet, le modèle utilise une version adaptée du processus de gestion et de contrôle comme outil pour gérer le déroulement de l'événement, c'est-à-dire le deuxième temps.

---

<sup>5</sup>Alexandre PROVENCHER, vers une approche sociale ou managériale des relations publiques? Le cas du printemps érable université du Québec à Montréal octobre 2013, PDF

Notre pré-enquête s'est déroulée au niveau de l'entreprise d'événementiel Stall Expo Events de Ben Aknoun, à Alger dans le but de découvrir notre terrain et d'examiner la faisabilité de notre étude sur le lieu ciblé et ainsi de choisir les aspects et les nouvelles pistes qui ont été prise en considération. Afin de nous permettre de :

- ✓ Observer les comportements d'un échantillon de fonctionnaire.
- ✓ Délimiter le champ de notre étude pour déterminer le type de questions qui nous aiderons à formuler notre guide d'entretien et nos questionnaires.

Nous venons de souligner l'importance qu'occupe l'événementiel dans la société ainsi que l'importance de la planification. Un élément crucial au succès du projet comme celui du salon IMPEX2020. Aussi, la gestion des projets événementiels est impossible sans la considération des processus de planification prenant en compte plusieurs facteurs. C'est ce qui justifie nos préoccupations à l'égard de la contribution à l'amélioration des processus de planification événementiel au sein de l'entreprise d'accueil.

Notre travail se subdivise en trois (3) chapitres : cadre Théorique, méthodologique et pratique.

Le premier chapitre identifie à partir des écrits cités dans la revue de littérature, les modèles qui peuvent servir à étudier la relation entre management de projet et management de projet événementiel. Le chapitre se poursuit avec l'introduction à notre cadre conceptuel comportant une présentation globale s'en suit une définition de la gestion de projet événementiel, de l'organigramme de planification, des processus clés de planification, outils et enfin des enjeux. Finalement nous annoncerons la question de recherche.

Le deuxième chapitre présent la méthodologie adoptée pour cette étude, soit l'enquête qualitative. Le cadre méthodologique traitera de plusieurs éléments essentiels parmi ses éléments on trouve, l'encrage épistémologique, le choix de la méthode, la problématique, la définition des concepts clés de la méthodologie adopter, les études antérieures, les raisons du choix du thème, l'objectifs de l'étude, la pré-enquête, les techniques de la recherche, la méthode de l'échantillonnage ainsi que les difficultés de la recherche.

Le troisième chapitre présente le cadre pratique et les résultats des répondants. Ce dernier contient deux parties : la première est consacrée à la représentation de l'organisme d'accueil tel que : historique, situation géographique, les données techniques et équipements de l'entreprise, les activités et description des services de l'entreprise, la deuxième partie quant à elle est consacrée à l'analyse des données et interprétation des résultats obtenus au terme de notre enquête, récoltés auprès de l'équipe de planification du salon, aux promoteurs et aux participants. Et la synthèse des résultats, s'en suivra une discussion autour des résultats principaux de l'étude et des limites et recommandations issues de ce travail.

Et enfin nous concluons ce mémoire en abordons les implications et des contributions de la recherche et nous finirons par répondre à notre problématique dans un épilogue avec un bref retour sur la pertinence de cette étude.

## **Cadre Théorique**

## CHAPITRE I : CADRE THEORIQUE

### Revue de littérature

Bon nombre de chercheurs dans le monde ont abordés le problème de la planification événementielle dans le management de projet et les programmes du domaine entrepreneurial. Il s'agira de s'imprégner des résultats de ces travaux afin d'être en mesure de mener une analyse plus approfondie de l'étude.

Il semble évident qu'organiser un événement n'est pas une tâche facile comme le souligne un grand nombre de chercheurs et professionnels du domaine, cela demande de l'expérience et des connaissances spécifiques en gestion de projet. Le management de l'événementiel est une discipline à part entière autrement dit on ne s'improvise pas organisateur d'événement : c'est un métier. L'objet de notre étude est d'ailleurs de démontrer que la réalisation d'un événement nécessite une grande préparation, car l'événementiel est un domaine magnifique mais impitoyable. Certains comparent même le rôle d'un organisateur d'événements à celui d'un chef d'orchestre car il en va de sa responsabilité de faire vivre l'événement, d'assurer la satisfaction du public, d'orchestrer les prestataires et d'accorder les différentes étapes pour une réussite sans faire de faute.<sup>6</sup>

La planification est un élément très important dans un projet, qu'il soit dans le domaine de l'événementiel ou non. En effet, la phase de planification permet aux employés et aux groupes de recevoir et/ou de transmettre les informations nécessaires telles que les objectifs organisationnels, les missions de l'entreprise et les plans opérationnels. De ce fait nous pouvons définir la phase d'initiation et de planification de l'entreprise comme un procéder naturel de bon fonctionnement du système managériel mit en place et une action volontaire afin de permettre la transmission et la réception de messages au sein de l'entreprise et entre celle-ci et son environnement.

---

<sup>6</sup> Quentin Joachimiak Clémence Le Carre Kévin Razakatiana Emma Ribeiro (2016 / 2017) « *Approche historique et sociologique du secteur de l'événementiel* » université paris Descartes. Consulté le 28/04/2020

Du point de vue de la gestion des opérations, en 1996, Leroy nous dit que la gestion de projet constitue un sous-ensemble d'activités. Les opérations permanentes se différencient des projets de l'entreprise par un certain nombre de caractéristiques spécifiques tel que l'unicité des activités, irréversibilité des décisions, forte incertitude et la limitation de la capacité d'action sur les nombreuses variables en jeu. Même si la gestion de projet exige un système différent de celui des activités courantes de l'entreprise, elle ne peut s'accomplir indépendamment de celle-ci nous dit Nollet et al en 1994.<sup>7</sup>

Selon le *Project Management Institute*, Un projet est créé en vue de produire un résultat unique. Il est dit temporaire car il possède un début et une fin explicite. L'extrait est unique car le produit ou le service possède des caractéristiques distinctes de tout autre produit ou service, en particulier en ce qui concerne les événements.

Toujours selon le Project Management Institute dans les années 2000, la gestion de projet fait référence à l'application des connaissances, des compétences, des outils et des méthodes aux activités du projet afin d'atteindre ou dépasser les besoins et les attentes des parties prenantes du projet. La gestion de projet fonctionne sur un principe de singularité : tout projet est spécifique et singulier, tout en se capitalisant sur des connaissances existantes.

En 2001, Adam ajoute que la performance, l'innovation et la motivation des équipes sont favorisée par cette logique. Leroy, 1996 nous rappelle que le projet est lui-même composé d'une suite d'événements dont la conduite et la maîtrise sont validées le long de sa durée de vie. Les mesures de performance servent à piloter le projet en mesurant l'atteinte des objectifs, d'où l'importance de la phase d'initiation et de planification dans un projet.

Il n'y a pas de doute que le champ de vision rétrospectif des mesures de la performance permet d'assurer un alignement entre les activités de gestion, les objectifs et les priorités stratégiques des dirigeants. C'est pourquoi, l'étude du succès serait incomplète sans l'examen de ses objectifs. En 1998, Hartman et al font le pont entre les pratiques de gestion de projet dans l'industrie de l'événementiel et celles des secteurs à caractères plus

---

<sup>7</sup> NOLLET, Jean, Joseph KELADA, Mattio O. DIORIO et collaborateurs. 1994. La gestion des opérations et de la production, 2eme édition, Boucherville, Gaetan Morin éditeur, 682 pages.

technique. Certains parallèles peuvent être retracés entre ces deux secteurs dans la littérature : le fait de planifier dans un environnement complexe de Bretani en 2001, et incertain de Stickel, 2001 ; Chapman et Ward, 2000 ; Bailey 1998 ; Lu et Wang, 1997. La préoccupation du temps avec Cooper et Edhett en 2000 ; Larcus en 2001 et la gestion des risques de Jaafari, 2001 ; Pender, 2000 ; Barki et al en 1992.

En ce qui concerne la naissance et évolution de l'événementiel, personne ne peut se prononcer sur une date exacte. Il est connu que les événements ont toujours existé et ponctués l'histoire des civilisations. Le besoin de rupture du quotidien, de rencontre et de fête reste important, voire vital pour mieux vivre au sein d'une société de plus en plus virtuelle.<sup>8</sup>

C'est pourquoi il est difficile de dater précisément la naissance de l'événementiel. Néanmoins, dans l'Égypte antique, le sacre d'un nouveau pharaon était une véritable cérémonie, grandiose et démesurée, qui devait marquer les esprits et asseoir la puissance du pharaon. Cela est assimilé aux prémices de l'organisation d'événements car chaque élément qui le composent sont réuni : le lieu du sacre, le public que ce soit les servants ou les disciples, le moment, le message transmis et son émetteur.

On peut également citer les premiers jeux olympiques ou les fêtes de Néron à Rome, en passant par Louis XIV qui est le premier à classer cet exercice parmi les professions reconnues. Il en fait un instrument à son service, le tour de France dans les années 50 devient un véritable événement suivi par la France entière. Après les expositions, foires et salons grand public, sont mis en place les premiers salons professionnels, dont les premières éditions, qui remportent un franc succès. De nouvelles technologies de l'image sont développées en 1970, on voit l'apparition des premières agences événementielles.

Dans les années 80, les grandes entreprises affichent leur prospérité en organisant des galas et plusieurs soirées prestigieuses. Par ailleurs, L'événementiel existe depuis toujours, il a parcouru les siècles et les différentes civilisations du monde à travers de grands événements. C'est seulement dans les années 90 que les entreprises prirent conscience des techniques de communication par l'événement, en faisant appel à des agences spécialisées

---

<sup>8</sup> Quentin Joachimiak Clémence Le Carre Kevin Razakatiana Emma Ribeiro (2016 / 2017) « *Approche historique et sociologique du secteur de l'événementiel* » université paris Descartes.

ou bien alors, en intégrant dans leurs équipes des personnes capables de mener à bien leur stratégie.

En effet, il y avait une attente grandissante dans ce domaine, d'où la nécessité de se démarquer, en vendant du rêve au public, l'événement se veut alors être reconnu comme un vecteur de vente et de communication stratégique nécessaire aux entreprises. Par ailleurs, il est vrai que notre société actuelle tend vers une société individualiste et virtuelle où le contact humain existe de moins en moins. C'est pourquoi les acteurs de cette société manifestent le besoin de se réunir afin de préserver le contact humain, le plus souvent remplacé par la nouvelle technologie. Ici encore l'évènementiel, force sous-estimée, est l'une des meilleures façons et solutions de répondre à ce besoin.

En 2000, Renaud signale que «le monde de l'évènementiel est une réalité passablement nouvelle sans définition et sans frontières reconnues. Peu d'études ont été menées à ce jour sur les valeurs intrinsèques des événements ». Toujours selon lui, il existe trois types d'événements. Il y a premièrement, l'événement ponctuel ne se produira qu'une seule fois. Deuxièmement, l'événement récurrent, il se répète sur une base régulière. Il y a finalement, l'événement itinérant qui est mobile et se promène d'un territoire à un l'autre. De plus, Renaud (2000) classe ces projets en sept familles d'événements selon leur domaine de réalisation : institutionnel, culturel, sportif, populaire, touristique, sociétaire et commercial.<sup>9</sup>

Les projets événementiels et les projets traditionnels partagent des caractéristiques communes. Tout d'abord, leur cycle de vie se décompose en phases qui sont : l'orientation et la conception, l'exploration, la production, la diffusion et l'évaluation (Renaud 2000). La phase d'orientation comporte généralement la description du livrable, le plan stratégique, les critères de sélection du projet et l'information historique. La phase de conception permet de définir le cadre de réalisation du projet, la phase d'exploration permet de vérifier la viabilité du projet au moyen de différentes analyses : étude de marché, étude technique, étude des ressources nécessaires et étude de la faisabilité financière. La

---

<sup>9</sup> RENAUD, Jacques. 2000. *Le management d'événement*. Montréal, les éditions Transconnental inc., 222 pages

phase de planification est généralement la plus longue du cycle de vie du projet et fait le lien avec la phase de conception afin de lui donner vie.

Dans leur étude, Hartman et al (1998) concluent que les milieux traditionnels pourraient apprendre des pratiques de gestion adoptées par l'industrie événementielle afin d'améliorer certains aspects et certaines lacunes telles que le respect de la date de livraison.

De leur côté, les projets événementiels auraient avantage à appliquer certaines principes formels de la gestion de projet traditionnelle tels que l'utilisation d'outils de planification.

En 2005, le professeur Pierre-Paul MORIN enseignant à l'université du Québec dit clairement «qu'il s'agisse de manifestations à caractères professionnel ou festif, tous les organismes ont ou auront un jour ou l'autre, à organiser un événement. Si la préparation et la réalisation de ces événements sont perçues comme des projets, la mise en œuvre des méthodes et des outils de management de projet doivent être clairement définis » alors il pose la question suivante : les projets événementiels sont-ils des projets comme les autres ?

Son travail sera ensuite soutenu par le professeur André Gbodossou qui parlera de Méthodologie de gestion de projets propre aux événements et du modèle en « deux temps, cinq processus »

En 2011, Anthony Babkine, entrepreneur social français et Adrien Rosier, responsable de communication dans une entreprise franco-belge nous disent que pour réussir l'organisation d'un événement il suffit de maîtriser le triangle de l'événement. Une figure basée sur les artistes/prestataires et public avec au sommet du triangle le lieu de l'événement et évidemment au centre de ce triangle se trouve l'organisateur. Nous reviendrons d'ailleurs un peu plus tard sur une explication plus approfondi de ce triangle.

En 2015, Philippe Claveau dans son livre « Management des projets événementiels » confronte le rêve au budget. Il préconise de décortiquer l'organisation d'un événement afin de se donner les moyens d'assurer sa réussite. Philippe Claveau, intervient dans les institutions et entreprises comme un conseil en organisation d'événement, et comme formateur en marketing événementiel ; c'est à travers son regard pragmatique de professionnel qu'il donne aux étudiants les règles de base de cette discipline en partant de

la planification aux normes de sécurité, de l'élaboration du budget prévisionnel à l'organisation logistique et la recherche de sponsors.

Une des études les plus récentes sur le sujet et celle d'Anne-Catherine Lahaye, une experte en communication dans son livre « Organiser un événement, une expérience à vivre » sorti en 2016. Ce livre aborde l'organisation « *évènementiel avec les pieds sur terre mais la tête dans les étoiles* » grâce à une lecture simpliste du sujet et une animation bonne enfant. Cependant, il n'en reste pas moins pertinent car, il aborde le sujet avec une approche plus moderne et attractive.

Ses personnes se rejoignent tous sur le fait que la création d'un événement est quelque chose qui se prépare et que sa réalisation est rarement voir presque jamais spontanée.

Finalement, les événements se divisent en plusieurs familles selon le domaine de réalisation. Notre étude se concentre sur l'organisation d'événements à caractère commercial et plus précisément sur les salons d'affaires. Selon Seekings (1989), ces derniers peuvent prendre plusieurs formes : Conférence, convention ou congrès, réunion, séminaire, Symposium ou encore Atelier. Ainsi, un projet d'organisation de salon fonctionne selon une dynamique qui est propre aux projets événementiels.

La question principale est de savoir comment contribuer à l'amélioration des processus de planification des projets événementiels en Algérie et pour cela nous nous sommes d'abord intéresser à la compréhension de ce que signifie un projet, le rôle du management de projet et plus précisément celui des projets de service, c'est-à-dire l'évènementiel et des différentes phases d'un projet et à la différence qui existe avec les pratiques utilisés dans notre entreprise d'accueil et ceux que nous avons appris dans la gestion de projet traditionnel.

## Cadre conceptuel

### 1 Généralité sur le management de projet

Beaucoup s'intéresse au management de projet avant même de savoir ce que cela signifie. Mais les personnes étudiant ou travaillant dans cette spécialité savent que le : « *Project Management is the application of knowledge, skills, tools, and techniques to project activities to meet the project requirements* » ce qui signifie « *La gestion de projet est l'application de connaissances, compétences, outils et techniques aux activités projet pour atteindre les objectifs projets.* »<sup>10</sup>

Selon le Project management Institute PMI « Le management de projet est l'application de connaissances, de compétences, d'outils et de techniques aux activités d'un projet afin d'en satisfaire les exigences ».

En effet, lors du projet, ce fait l'application des connaissances, des compétences et des outils. C'est pourquoi nous commencerons par définir ce que signifie un projet, puis définir les types de projet qui existe, parler du cycle de vie du projet et de la variation qui existe entre le management de projet et le management de projet événementiel. Puis nous définirons les projets événementiels et nous parlerons de leur planification pour finir par citer les avantages et les inconvénients de cette discipline complexe.

#### 1.1 Projet

##### 1.1.1 Définition

En 1993, Ecosip a défini Le projet comme étant une « *création collective, organisée dans le temps et l'espace, en vue d'une demande* ».

En 1996, Midler a caractérisé l'activité d'un projet en sept (7) points a savoir :

---

<sup>10</sup> PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. 2000. a Guide to the Project Management Body Of Knowledge, *Project management institute standards committee*, 216 pages.

- Qui vise à atteindre un but global: engagement d'une responsabilité de résultat
- Spécifique : non répétitive = organisation non reproductible
- Répond à un besoin spécifique
- Soumise à l'incertitude
- Combinatoire et pluridisciplinaire
- Temporaire
- Soumise à des variables exogènes.

En 1997, AFNOR /ISO disent qu'un projet est « *processus unique, qui consiste en un ensemble d'activités coordonnées et maîtrisées comportant des dates de début et de fin, entreprises dans le but d'atteindre un objectif conforme à des exigences spécifiques telles que des contraintes de délais, de coûts et de ressources* ». ISO10006, 1997

La version PMBooK 2017 est plus brève que les autres et dit très clairement : « Un projet est une entreprise temporaire décidée dans le but de créer un produit, un service ou un résultat unique. »

### 1.1.2 Définition du cycle de vie du projet

Selon PMI, le cycle de vie du projet est un ensemble de phases, habituellement en séquence et parfois en chevauchement, dont le nom et le nombre est déterminé par le manque ou besoin de la gestion de projet et de maîtrise de l'organisation, ou des organisations qui prend part au projet et, également, par la nature du projet en soit par a son domaine d'application.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. 1998. Management de projet, un référentiel de connaissances, project Management Institute chapitre français, Paris, AFNOR, 265 pages.

Selon le guide PMBOK (PMI), les projets diffèrent par leur taille et leur complexité. La structure du cycle de vie de tous les projets, qu'ils soient de grande ou de petite taille, simples ou complexes, peut être schématisée de la façon suivante:

- Démarrage du projet,
- Organisation et préparation,
- Exécution du travail du projet, et la clôture

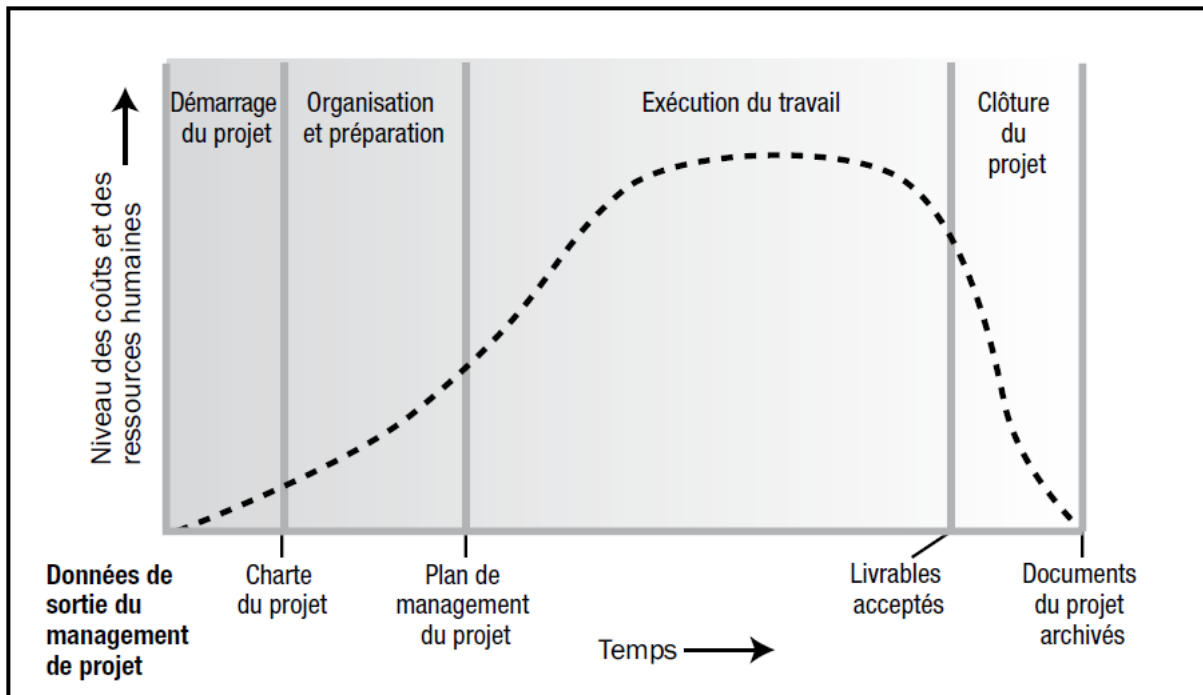


Figure n°01 : la structure de cycle de vie d'un projet source : PMBOK (PMI)

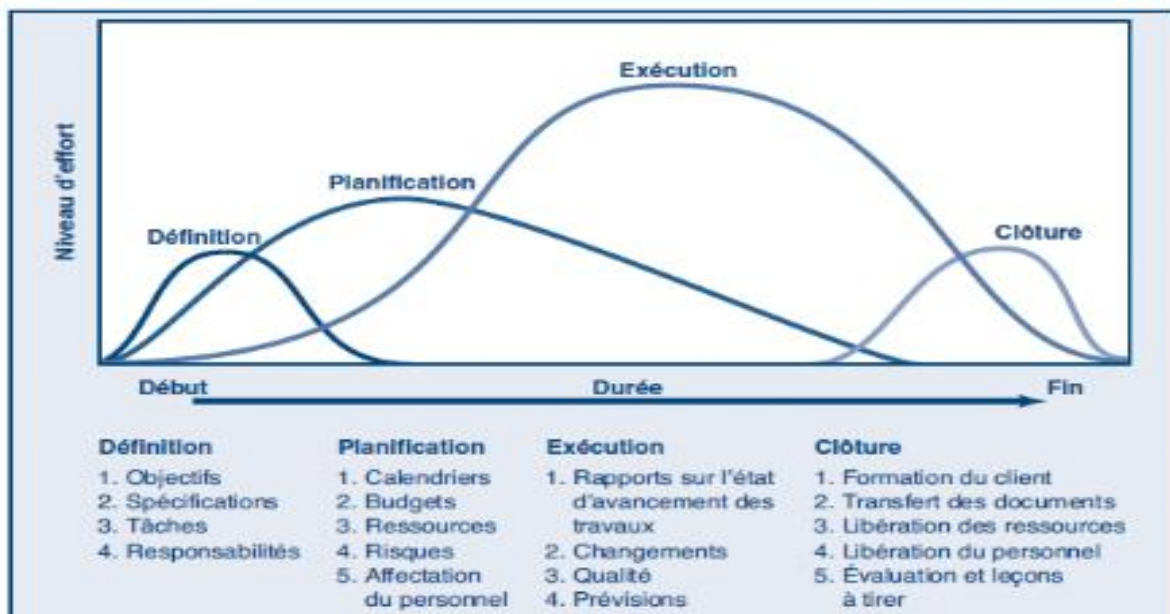


Figure n°02 : les différentes phases d'un projet source : BMBOK2017

Le schéma illustre bien qu'un projet passe par une série de phases successives entre lesquelles il n'existe pas de réel démarcation ; elles sont toutes particulièrement importantes et déterminantes pour le succès du projet, ces phases composent « *le cycle de vie du projet* ». Aussi, le nombre de phases du cycle de vie d'un projet n'est pas constant, il dépend du type de projet ainsi que de ses acteurs.

Le schéma est classique et représente quatre (4) phases : la définition, la planification, l'exécution et la clôture.

## 1.2 Projet événementiel

### 1.2.1 Définition

Chaque année, l'organisation d'événements comme les congrès, les colloques, les concerts ou les mariages, est en voie de devenir une discipline indépendante et à part entière en Algérie comme c'est déjà le cas dans les pays développés. Plusieurs organisations en font maintenant leur spécialité. Cette concentration a fait naître de nombreux guides qui proposent des méthodologies visant à optimiser le déroulement et la

réalisation des événements. Cependant aucune des méthodologies, n'utilisent la démarche classique de gestion de projets intégralement.

C'est pourquoi, les chercheurs ont tendance à assimilés l'approche de gestion de projets très facilement à la gestion des événements.

Néanmoins, il y a des attributs dans la gestion de projets événementiels comporte qui la distinguent de la gestion de projets dans d'autres secteurs d'activités. Premièrement, l'invariabilité de l'échéance<sup>12</sup>. Dans la mesure où celle-ci est annoncée longtemps à l'avance à un grand nombre de participants, la seule alternative au respect de l'échéance est l'annulation de l'événement. Deuxièmement, l'attribut est la concentration du résultat de nombreuses activités préalables dans un laps de temps limité. Il serait en effet impensable d'organiser un événement au fur et à mesure qu'il se déroule. Et troisièmement, la " consommation " du livrable au moment où l'événement est tenu. Après celui-ci, il ne reste la plupart du temps que son souvenir.

Aussi, beaucoup d'événements se déroulent dans un contexte où l'on doit coordonner un grand nombre de ressources, souvent bénévoles, afin de satisfaire un grand nombre de parties prenantes, sur un échéancier relativement long, compte tenu de l'importance du budget.

En 2011, Adrien Rosier et Anthony Babkine définissent l'événementiel comme « *le fait d'organiser une manifestation, de réunir dans un même lieu des individus ciblés pour une occasion précise et à un moment déterminé. Dans notre société actuelle, l'événementiel représente un secteur d'activité du tertiaire. Il propose l'organisation d'événements par des professionnels, pour des particuliers (B2C) ou d'autres professionnels (B2B). Cet événement est souvent conçu et réalisé par une agence de communication spécialisée, appelée « agence événementielle ». Il peut aussi être réalisé en interne par le service communication d'une entreprise ou encore par des bénévoles d'associations* »<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup><https://www.etudier.com/dissertations/Article-Morin-Gbodossou-Les-Outils-De/342237.html>. Consulté le 24 avril 2020

<sup>13</sup> Anthony Babkine et Adrien Rosier « Réussir à organiser un événement » ed, Eyrolles, 2011. Consulté le 24 avril 2020.

### 1.2.2 Objectif des projets événementiels

L'événementiel est considéré comme un moyen de communication hors média, interne ou externe, utilisé par les entreprises et les chefs de projets dans le but de transmettre un message précis de manière originale et impactant. C'est une activité dont le but est de rassembler, d'informer, de fédérer autour d'un élément quel qu'il soit, par le biais d'un événement. Globalement, l'événementiel fait partie de l'univers de la communication et permet des rencontres plus humanisées. Une action communicative ponctuelle destinée à marquer les esprits, dans un but précis est déterminée par le commanditaire, que ce soit une personne morale ou physique. La différenciation de la communication événementielle des autres formes de communication ce fait grâce à sa capacité à réunir les individus et créer un réel espace de communication.

De plus, à l'inverse des autres « médias », la communication événementielle est pluri-sensorielle. C'est-à-dire, elle peut toucher les cinq sens de son auditoire et permet ainsi une meilleure mémorisation de ce que l'on souhaite transmettre au public. Nombre de médias dit traditionnels sont à sens unique et simpliste, c'est-à-dire d'une transmission de l'émetteur vers le récepteur. Ici, l'interaction avec le public est possible et d'autant plus bénéfique pour la réussite de l'événement, entre autre de l'action de communication. Pour cette raison, on parle de communication 360° car elle utilise plusieurs moyens afin de transmettre son message.

### 1.2.3 Phases de planification événementielle

Les majeures parties des ouvrages spécialisés en gestion événementielle publiés à ce jour proposent une méthodologie pragmatique résultant principalement de l'expérience vécue de leurs auteurs. Tel qu'il est le cas dans notre entreprise d'accueil. On fait rarement référence à un construit plus large et plus généralisable comme celui proposé par la méthodologie classique de gestion de projets. Pourtant celle-ci est particulièrement bien adaptée aux caractéristiques des événements. En effet, la gestion de projet traditionnelle telle que définis plus haut, gère spécifiquement les échéances, le budget et la qualité. En prenant en compte la complexité et se caractérisant elle-même par une temporalité limitée.

Nous explorons dans les paragraphes qui suivent les limites de cette discipline car ils ne sont pas des moindres.

La création d'un événement est une activité qui se prépare. Sa réalisation est rarement spontanée. Le but premier de la création d'un événement étant de faire passer un message. Ainsi, ce message représente à lui seul l'embryon du projet événementiel. Il n'y a pas le moindre doute à avoir au sujet de l'organisation d'un événement, on n'organise pas un événement sans but ni sans objectif de communication. Une des raisons évidentes est qu'un événement, quel qu'il soit, est synonyme de coût et n'est que très rarement rentable d'autant plus que c'est un des secteurs qui fait le plus appel à l'autofinancement. Un élément non négligeable pour une entreprise ou une association. Peu importe la nature du message, qu'il soit officiel ou officieux, qu'il soit revendicatif ou implicite, l'important est qu'il doit exister. Une personne lambda qui organise un événement pour son simple plaisir de convier ses proches ne peut prétendre entrer dans une démarche professionnelle de création événementielle.

#### **1.2.4 Modèle proposé en deux temps cinq processus<sup>14</sup>**

Nous l'avons dit, les événements se préparent longtemps à l'avance et se déroulent rapidement, le plus souvent. Les planificateurs de projets événementiels et leurs équipes doivent donc se préparer à une gestion en deux temps reliés à deux phases : la période de préparation de l'événement dans un premier temps, puis dans un second temps, la gestion de celui-ci pendant son déroulement. Pour la gestion de ces deux temps, deux chercheurs très connus et que nous avons cité dans la Revue de littérature, se sont inspirés en partie du modèle de gestion de projets en cinq processus du Project Management Institute (PMI) : le démarrage, la planification, la réalisation, la gestion et le contrôle, et enfin, la clôture. Raison pour laquelle, ce modèle a été choisi pour être expliqué dans cette étude.

Après la phase de démarrage qui constitue le résumé permettant d'identifier les enjeux stratégiques externes et internes, à choisir les critères d'évaluation, choisir le

---

<sup>14</sup> Grandmont, (1997). Structure détaillée de fractionnement des tâches type pour les projets événementiels. Planification, organisation, suivi et contrôle de projet, notes de cours inédites, Département des sciences de la gestion, Université du Québec à Trois-Rivières.

meilleur projet, étudier sa faisabilité et ses risques et enfin prendre la décision d'entreprendre, vient la phase qui nous intéresse le plus dans cette étude, c'est-à-dire la phase de planification. Dans le modèle que nous avons choisi, ce processus comporte six (6) étapes, également toutes adaptables à la gestion des événements. Ces étapes sont :

1. Décomposer l'événement en lots d'activités élémentaires; préparer la Structure de fractionnement des tâches (SFT)

La première tâche consiste à identifier des ensembles cohérents d'intérêts et de responsabilités qui regroupent les activités par types. Puis, ces activités sont par la suite détaillées afin qu'elles soient claires et mesurables.

En contexte de projet événementiel,

L'usage veut que l'on fonctionne par comités et sous-comités qui ont la responsabilité de mener à bien une série d'activités complémentaires. Le nombre et la nature des comités dépendent essentiellement de quatre facteurs :

- La taille et la nature de l'événement : L'organisation d'un événement régional réunissant quelques dizaines de personnes triées sur le volet et intéressées par un sujet très pointu ne demande par la même organisation qu'un événement grand public ou qu'un sommet international.
- L'échéancier : Selon les délais disponibles entre la conception du projet et le moment de sa tenue, l'organisation initiale des ressources doit faire en sorte que l'utilisation de celles-ci soit optimisée.
- La nature et la disponibilité des ressources : La compétence, l'expérience et l'engagement des ressources disponibles sont autant de facteurs qui influencent la planification. Gérer un groupe de bénévoles peut demander une approche différente de celle d'une équipe-projet dont les membres ont l'habitude de travailler ensemble.
- Les besoins propres aux organisateurs :

La démarche et la planification doivent répondre aux attentes des individus qui en assument la responsabilité tout au long du déroulement.

Puis, les comités et le gestionnaire de projet conviennent d'une version plus détaillée de l'organisation des tâches.

2. Estimer les coûts, les durées, les objectifs de qualité, identifier les ressources requises, faire une description détaillée des activités.

Comme il se doit, chacune des tâches identifiées fait l'objet d'une fiche descriptive complète. La description des activités doit être claire, détaillée, précise et mesurable. En cela, ces conditions ne diffèrent pas en contexte événementiel de celles exigées par les projets d'autres natures.

3. Effectuer l'ordonnancement, produire le chemin critique et les budgets.

Le but de cette étape est d'établir la séquence selon laquelle les activités se déroulent et de l'optimiser en fonction de la disponibilité des ressources et des objectifs du projet.

Pour ce faire, il faut déjà fixer une date de tenue de l'événement. Celle-ci tient compte d'un préavis raisonnable pour les participants comme pour les organisateurs et les conférenciers, le cas échéant. De plus, on s'assure également non seulement qu'elle n'entre pas en conflit avec un autre événement auquel les participants pourraient être conviés, mais qu'elle correspond aux coutumes du secteur concerné. On procède alors à l'établissement du chemin critique, c'est-à-dire la suite des activités qui influencent directement la durée du projet.

4. Décider de l'organisation des ressources humaines et matérielles, niveler et optimiser

On révisé à cette étape le chemin critique, en prenant en compte cette fois la disponibilité et l'utilisation des ressources. Cette activité ne diffère pas essentiellement dans les projets événementiels par rapport aux autres projets, si ce n'est que lors de la tenue de l'événement, on peut presque considérer que celle-ci constitue un projet, à l'intérieur du projet. Les activités reliées à cette période seront gérées différemment des autres.

Les principaux outils usuels sont :

- Un ordonnancement logique des tâches
- Une affectation des responsabilités

- Un diagramme de Gantt

Non seulement ces techniques classiques sont éprouvées et largement documentées, mais elles offrent des avantages de contrôle évidents par rapport à celles traditionnellement utilisées dans la gestion des événements, notamment l'utilisation de listes de vérification comme outil de gestion principal ou même exclusif.

Elles permettent en effet de planifier avec précision les échéances pour accomplir les tâches et permettent aussi l'établissement d'étapes charnières auxquelles les décisions stratégiques sont prises.

#### 5. Mettre en place les outils documentaires de suivi.

Les outils documentaires de suivi doivent être conçus et mis en place dès la conception du processus de planification pour assurer la pertinence des moyens de suivi en fonction de la nature des tâches à suivre. Ils sont utilisés lors des processus de réalisation et de gestion et de contrôle qui se font en parallèle, ainsi que lors du processus de clôture. La planification rigoureuse d'un événement, même conduite avec professionnalisme et selon les méthodes reconnues, ne garantit pas la conformité entre les prévisions et les résultats. Il y a en effet toujours une part d'imprécision et/ou d'incertitude.

Afin de suivre, contrôler et éventuellement ajuster le déroulement de l'événement en processus de réalisation, il est essentiel de se donner des outils qui offrent au gestionnaire de projet et à son équipe une rétroaction des activités en cours, de celles qui sont complétées, ainsi qu'un état global de la situation à des moments précis de sa réalisation.

Nous proposons l'utilisation d'outils qui sont, pour plusieurs, les outils habituels de la discipline. Ils conviennent en effet au contexte événementiel.

#### 6. Obtenir l'engagement des parties prenantes.

Une fois la planification complétée, on s'assure que le projet, tel qu'il apparaît maintenant, convient à l'ensemble des parties prenantes. Les gestionnaires et membres de l'équipe sont impliqués au premier chef, mais l'ensemble des parties prenantes, surtout dans les cas où les risques sont élevés, ont avantage à être consultées à ce moment.

En effet, des événements inattendus surviennent inévitablement en cours de réalisation : retrait de dernière minute d'un panéliste, retard de l'avion du conférencier

vedette, problème de projecteur ou simplement retard sur le chemin critique des tâches planifiées. La gestion des risques s'effectue au moment de la planification. La méthodologie d'analyse des risques pour un projet événementiel ne diffère pas essentiellement de celle utilisée pour les autres types de projets. Elle prend généralement la forme d'une révision en comité des activités, des tâches et du support matériel requis à chaque étape de réalisation du projet, de l'identification des risques relatifs à chacun d'eux et de la mise en place de mesures d'évitement ou d'atténuation. Viendra ensuite le processus de réalisation, de contrôle et de clôture.

### 1.3 Avantages et inconvénients

Parlons à présent des avantages et des inconvénients qui existent dans les projets événementiels et dans leur planification.

La planification d'un événement est une étape très complexe du projet et elle nécessite une bonne prise de temps pour bien faire les choses ensuite et garantir une meilleure ou plus grande réussite du projet. Elle est indispensable et cela bien plus que les autres même si certains auteurs diront que tous les processus se valent.<sup>15</sup>

Pour faciliter la compréhension des avantages et inconvénients, nous avons pris la liberté de résumer ce qu'il faut savoir dans un tableau

| <b>Avantages</b>                        | <b>Inconvénients</b>           |
|---|--------------------------------|
| Revenus supplémentaires                 | Grand investissement personnel |
| Amélioration de la culture d'entreprise | Travail non régulier           |
| Cohésion de l'équipe                    | Action souvent ponctuelles     |
| Stratégie marketing élargie             | Stresse élevé                  |
| Formation du personnel et des clients   | Fatigue                        |

<sup>15</sup> Frederik Nielsen (mai 23, 2019)10 *Avantages des Évènements d'Entreprise* <https://billetterie.fr/blog/10-avantages-des-evenements-dentreprise-et-comment-ils-peuvent-stimuler-votre-entreprise/>

|  |                               |
|--|-------------------------------|
| Leadership de pensée                       | Haute tension                 |
| Statistiques sur le public                 | Réseau élargie                |
| Conversion et fidélisation des clients     | Pas de place à la rigidité    |
| Secteur polyvalent                         | Toujours être à fond          |
| Sentiment de valorisation et gratification | Impossible d'avancer seul     |
| Travail enrichissant                       | Multiplicité des intervenants |

**Tableau n°01** : les avantages et les inconvénients dans la planification événementielle élaboré par nos soins.

**Source** : élaborer par nos soins

## 2 Organigramme de développement d'un projet événementiel

A présent que les définitions du management de projet et de la planification événementielle ont été faites, il est temps de parler de l'organigramme de développement de la planification.

Un organigramme représente un Tableau schématique des diverses parties d'un ensemble complexe, et de leurs rapports mutuels. L'organigramme c'est aussi une représentation schématique des liens fonctionnels, organisationnels et hiérarchiques d'une entreprise. Il sert ainsi à donner une vue d'ensemble sur la répartition des postes et fonctions au sein d'une structure. Grace à cette cartographie, la visualisation des différentes relations de commandement ainsi que les rapports de subordination sera simplifiée d'où une vision simple et claire des structures complexes.<sup>16</sup>

Les entreprises commerciales ou industrielles, les ministères publics, les hôpitaux, les agences de communication ou d'événementielle et diverses autres structures recourent à l'organigramme pour planifier efficacement la multiplicité des tâches requises à leurs fonctions. Selon le secteur d'activité, l'organigramme pourra être établi sous diverses formes : trèfle, château ou pyramide pour un résumé graphique de l'organisation.

L'organigramme pour un projet est utile, car il permettra de définir de manière brève toutes les fonctions, ce qui aidera dans la répartition efficace des tâches et le suivi

<sup>16</sup><https://www.petite-entreprise.net/P-2196-81-G1-organigramme-definition-et-role.html#:~:text=L'organigramme%20est%20une%20repr%C3%A9sentation,au%20sein%20d'une%20structure.> Consulté le 15 juin 2020

des missions. Ainsi, l'organigramme devient un outil de travail à cause de la multiplicité des tâches au sein d'une équipe est régie de manière très rigoureuse<sup>17</sup>. Plus Les relations de commandement seront bien précisées, moins il n'y aura de risque d'ambiguïté possible, ce qui facilitera la compréhension, la communication et la progression de tous les collaborateurs.

Pour planifier un projet il faut donc répondre à trois questions principales à savoir : quoi ? Comment ? Et qui ? Pour ce fait les experts comme Anthony Babkine<sup>18</sup> donnent un certain nombre de conseils à suivre :

- Définir l'organisation et la structure du projet.
- Déterminer l'enchaînement des activités.
- Estimer et quantifier les durées et les ressources nécessaires à chaque activité.
- Définir les responsabilités.
- Définir les détails des coûts et des délais du projet.

Tous ceci, dans le respect du triangle stratégique créé par Kenichi Ohmae en 1943 ; un des plus grands spécialistes mondiaux de stratégie économique des entreprises.

« Quoi ? » renvoi au PBS, *Product Breakdown Structure*. « Comment ? » renvoi au WBS *Work Breakdown structure* et enfin « qui ? » renvoi à l'OBS, *Organization Breakdown Structure*. Toutes les trois étant des techniques de planification de projet.

## 2.1 Product breakdown structure PBS

En français, structure de répartition des produits ou processus de découpage ou encore organigramme technique de produit, en anglais PBS pour Product Breakdown Structure, est processus qui consiste à définir la décomposition de projet basée les livrables finaux du produit final attendu. L'élément au sommet de la PBS porte le nom du produit, et

---

<sup>17</sup><https://www.petite-entreprise.net/P-2196-81-G1-organigramme-definition-et-role.html>. Consulté, le 15 juin 2020.

<sup>18</sup> Anthony Babkine Adrien Rosier. (2011). « Réussir l'organisation d'un événement » Groupe Eyrolles, ISBN : 978-2-212-55244-7. Consulté le 24/04/2020

chaque niveau de décomposition supplémentaire correspond aux sous-produits/composants ou lots. Les éléments terminaux correspondent à des produits élémentaires. C'est une structure hiérarchique des choses que le projet produira ou des résultats qu'il fournira. Cela peut être considéré comme la liste des courses du projet. Il décompose un produit principal du projet en ses parties constituantes sous la forme d'une structure hiérarchique.

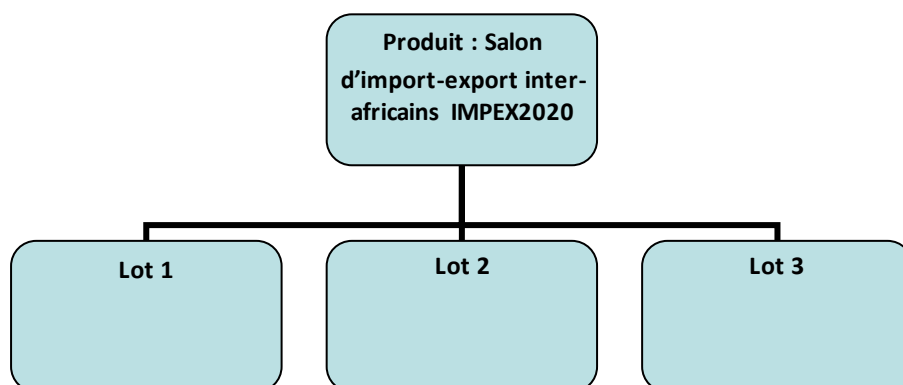


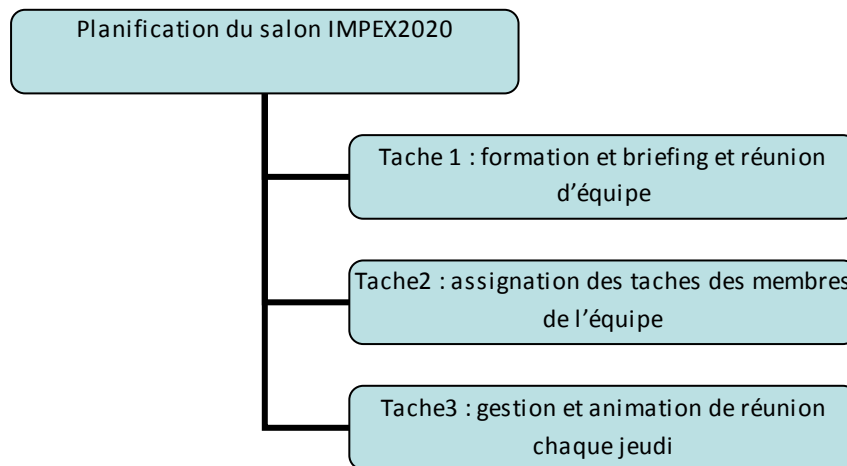
Figure n°03 : Exemple de PBS pour un projet événementiel source élaboré par nos soins

## 2.2 Work Breakdown Structure WBS

Processus de planification des activités est le processus qui consiste à établir en premier lieu, l'Organigramme des Tâches ; appelé Work Breakdown Structure –WBS afin d'identifier et structurer toutes les activités et les tâches nécessaires au bon fonctionnement et déroulement du projet en fonction des exigences et spécifications du besoin, ensuite, de planifier les activités et les tâches identifiées en utilisant des outils de la planification tel que le réseau PERT et le diagramme Gantt.<sup>19</sup>

L'organigramme des tâches du projet OTP, appelé aussi structure de découpage du projet SDP, ou encore *Work Breakdown Structure*, WBS en anglais, est une décomposition hiérarchique des travaux nécessaires pour réaliser les objectifs d'un projet.

<sup>19</sup> <https://www.petite-entreprise.net/P-2196-81-G1-organigramme-definition-et-role.html>



**Figure n°04** : WBS (work breakdown structure) / organigramme de tâches d'un projet événementiel **source** élaboré par nos soins

### 2.3 Organization Breakdown Structure OBS

La structure de répartition de l'organisation ou OBS est un modèle hiérarchique décrivant le cadre organisationnel établi pour la planification de projet, la gestion des ressources, le suivi du temps et des dépenses, la répartition des coûts, le reporting des revenus et bénéfices et enfin la gestion du travail. La définition de la structure organisationnelle du projet (OBS) est un processus qui consiste à déterminer l'organisation adéquate à la nature, la taille et la complexité du projet ainsi que la définition des postes et les responsabilités de chaque membre pour chaque tâche d'un projet. Elle répond à la question de « qui fait quoi ? »<sup>20</sup>

<sup>20</sup> <https://www.petite-entreprise.net/P-2196-81-G1-organigramme-definition-et-role.html>



Et enfin, le groupe de planification est de loin le plus important, il se base sur le cahier des charges du projet, Il compte près de la moitié des processus et il fournit les livrables fondateurs comme par exemple : le work breakdown structure, le plan des ressources, diagramme de Gantt, le registre des risques...etc. nous en avons sélectionné sept (7), les plus pertinentes pour la planification du salon « IMPEX2020 » que nous allons définir une par une.

### 3.1 Processus de management de contenu

L'un des domaines de connaissances principal pour la gestion de projet est le management du contenu. Il porte essentiellement sur la définition et la maîtrise de ce qui est inclus dans le projet et ce qui est exclu. En management de projet, il est essentiel de créer un plan de management de contenu qui documente la façon dont le contenu du projet sera défini, maîtrisé et validé. Un contenu de projet bien précis pourra mieux déterminer, documenter et gérer les besoins et les exigences des parties prenantes pour atteindre les objectifs du projet ce qui en fait sans aucun doute le premier facteur de succès d'un projet qu'il soit de type événementiel ou non.<sup>22</sup>

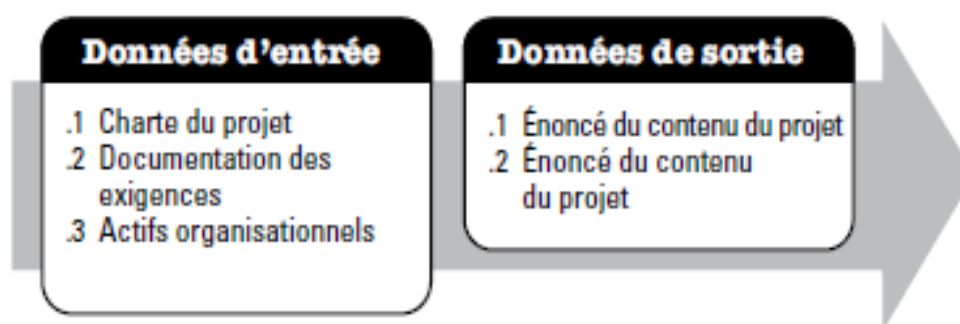


Figure n° 6 Processus de définition du contenu source : PMI 1998

<sup>22</sup> <https://www.petite-entreprise.net/P-2196-81-G1-organigramme-definition-et-role.html#:~:text=L'organigramme%20est%20une%20repr%C3%A9sentation,au%20sein%20d'une%20structure.>

Une description détaillée du projet, c'est ce que représente le management de contenu. Il crée la structure de découpage du projet SDP ou PBS *Product Breakdown Structure* que nous avons défini plus haut.

Selon le PMBOK, « la structure de découpage du projet organise et définit la totalité du contenu d'un projet. Elle se présente sous forme d'organigramme dont le premier niveau est le projet entier. Dans les niveaux suivants le projet est découpé de façon arborescente et hiérarchique. »<sup>23</sup>

Le découpage de projet structuré présente un bon nombre d'avantages, notamment par a vision globale qu'il apporte sur l'ensemble des activités à réaliser pour mener à bien le projet, parmi lesquels nous avons :

- La possibilité d'envisager les secteurs potentiels de risque ;
- Développer une référence ayant une base solide de projet avec identification des taches principales.
- Communiquer avec les parties prenantes sur les besoins potentiels.

Un projet réussi et un projet voué à l'échec peut être déterminé par la structure de découpage du projet.

### **3.2 Processus de Management des délais**

« Manager les délais c'est prendre les décisions qui permettent une utilisation optimale de la ressource "temps" afin de tenir les échéances des projets. »

---

<sup>23</sup>Jean Ellego,12 mars 2018. « *le lièvre et la tortue expliqué aux chefs de projet* » <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/la-fable-du-lievre-et-de-la-tortue-a-lere-des-start-up-131246>. Consulté le 18 mars 2020

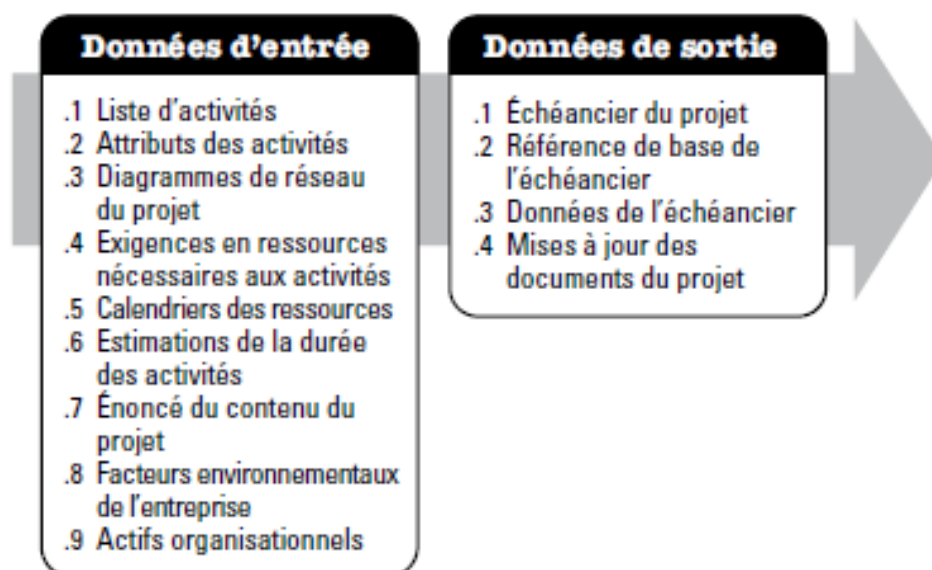


Figure N°7 Processus d'élaboration de l'échéancier source : PMI1998

Une des plus grandes inspirations du management stratégique des Délais est une des fables de la Fontaine. Jean Ellegoet nomme son livre « *le lièvre et la tortue expliqué aux chefs de projet* », « *rien ne sert de courir, il faut partir sur de bonnes bases* » dit la Fontaine dans sa fable du lièvre et la tortue. Le terme le plus commun est maîtrise des délais et non management des délais qui est un terme introduit en 2001 dans le PMbook. Pourtant il est fréquent de rencontrer des projets dépassant leurs échéances de 50%, voire même plus arrivant parfois au 100%, ajoute Jean Claude BROKE, directeur de mission senior et Xavier LEYNAUD manager de projet. <sup>24</sup>

A ce niveau de dérapage, ils ne considèrent plus ceci comme un problème de maîtrise mais un problème de management des délais. Si c'est un processus clés de planification également, c'est parce qu'il est essentiel au projet afin de garder les acteurs mobilisés, mettre l'accent sur les performances ou encore faire des choix technique, organisationnels compatibles avec les échéances.

Nous pouvons également citer, Denis Zandvliet dans la définition du management des délais en tant que processus clés de la planification.

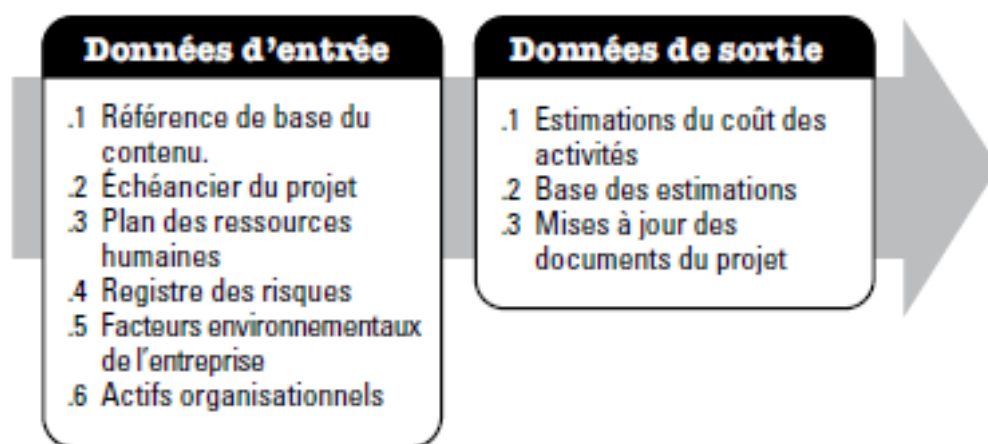
<sup>24</sup> PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. 2000. A Guide to the Project Management Body of Knowledge, *Project management institute standards committee*, 216 pages.

### 3.3 Processus de management des coûts

Le management des coûts possède des processus relatifs à la planification des coûts, à leur estimation, à l'établissement du budget, au financement, au provisionnement, au management et à la maîtrise des coûts, de façon à ce que le projet soit achevé dans les limites du budget approuvé.

Généralement, le management des coûts du projet se concentre principalement sur le coût des ressources nécessaires à l'achèvement des activités du projet. Il doit également prendre en considération l'effet des décisions du projet sur les coûts récurrents ultérieurs d'utilisation, d'entretien et de support.

Les politiques internes sont établis lors de ce processus, les procédures et la documentation pour la planification, le management, les dépenses et la maîtrise des coûts du projet. Il fournit les directives et les orientations sur la façon de gérer les coûts du projet tout au long du projet. Ce qui en fait un facteur clés de succès.



**Figure n°8** Processus d'estimation des coûts **source** : PMI1998

Les outils et les techniques associés au processus de management des coûts sont tous documentés dans le plan de management des coûts. Ce plan est inclus dans le plan de planification complet du projet.<sup>25</sup>

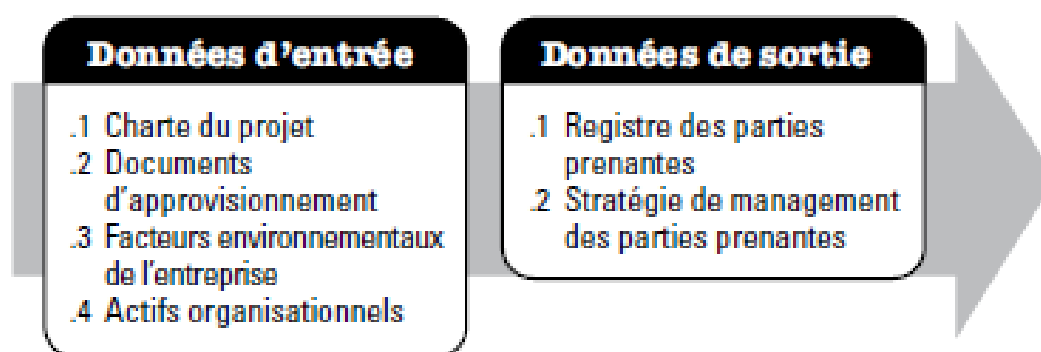
<sup>25</sup> <https://www.petite-entreprise.net/P-2196-81-G1-organigramme-definition-et-role.html#:~:text=L'organigramme%20est%20une%20repr%C3%A9sentation,au%20sein%20d'une%20structure.>

### 3.4 Processus de management des parties prenantes

La notion de management des parties prenantes prend son origine dans le concept de responsabilité sociale de l'entreprise (« *Corporate Social Responsibility* »). La responsabilité sociale de l'entreprise est définie comme l'ensemble des stratégies et des comportements que l'entreprise met en œuvre pour créer et gérer ses relations avec son environnement social et/ou sociétal.<sup>26</sup>

En ce sens, elle peut être appréhendée par la manière dont l'entreprise considère et met en œuvre ses relations avec ses différentes parties prenantes.<sup>27</sup> Le mode de management des parties prenantes renvoie alors à la stratégie adoptée par l'entreprise pour satisfaire les intérêts de ses parties prenantes.<sup>28</sup>

Dans ce cas, une partie prenante c'est une personne, organisation ou un groupe de personne, ayant un lien active ou passive avec le projet et dont les intérêts peuvent être affectés positivement ou négativement la réussite du projet, les chefs de projet ont tendance à consulter les parties prenantes qui sont proches ou favorable au projet ce qui ont font un choix stratégique important et un processus clés pour tous les types de projets et particulièrement les projets événementiels.



**Figure n°9** Processus d'identification des parties prenantes **source** : PMI1998

<sup>26</sup>Sachs et Maurer, 2009, Waddock, 2004 ; Surroca et al., 2010. Stickel, (2001). *Planifier dans un environnement incertain*.

<sup>27</sup>Sachs et Maurer, 2009

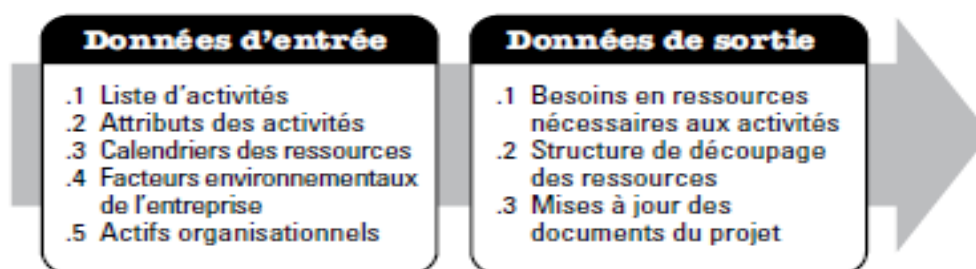
<sup>28</sup>Bretani en 2001, et incertain de Stickel, 2001 ; Chapman et Ward, 2000 ; Bailey 1998 ; Lu et Wang, 1997. « *Planifier dans un environnement complexe* »

La réussite d'un projet dépend profondément des interactions entre le chargé de projet et l'ensemble des parties prenantes. Selon le *Project Management Institute* PMI, une identification tôt dans le projet, des parties prenantes et l'analyse de leur niveau d'intérêt, d'attentes, d'importance et d'influence s'avèrent cruciales pour la réussite du projet.<sup>29</sup>

### 3.5 Processus de management des ressources humaines

Selon le PMBOK version 2016 «La planification des ressources nécessaires aux activités est le processus qui consiste à définir le profil des personnes et à estimer leur nombre, le type et la quantité de matériels, d'équipements ou de fournitures, nécessaires à l'accomplissement de chaque activité. »

Les grandes entreprises possèdent une direction spécialisée pour la gestion des ressources humaines. En revanche, dans les petites et moyennes entreprises, c'est généralement le dirigeant ou un de ses adjoints qui assure la fonction ressources humaines RH. Par manque de formation dans ce domaine, les dirigeants de PME/PMI ne se préoccupent de la gestion des hommes que ponctuellement, lors d'un recrutement, d'une crise ou des demandes d'augmentation annuelles. Pourtant, la conscience autour de ce problème prend de plus en plus de la place pour donner à ce volet plus de considération. Car il est connu que la rentabilité passe par la performance individuelle et collective de leurs salariés.



**Figure n°10** Processus d'estimation des ressources nécessaires aux activités **source** : PMI1998

<sup>29</sup> PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. 2000. a Guide to the Project Management Body Of Knowledge, *Project management institute standards committee*, 216 pages.

C'est pourquoi, le management des ressources humaines est pris en considération sérieusement dans la phase de planification et dans l'organigramme de développement défini plus haut avec la WBS afin de définir les tâches de chaque personne et de répondre au critère de visibilité dans l'organisation du projet.

Selon Isabelle Huber, consultante et formatrice en management des ressources humaines, ce processus demande du temps et de l'attention et aussi beaucoup de flair.

### 3.6 Processus de management de la communication

La communication est « le processus d'écoute et d'émission de message et de signes à destination de publics particuliers visant à l'amélioration de l'image, la promotion des produits ou services et la défense des intérêts de l'entreprise. »<sup>30</sup>

Une communication maîtrisée peut constituer un formidable outil pour la réussite d'un projet ; elle se divise en deux grands volets à savoir le volet externe et le volet interne. Son objectif étant de véhiculer une image claire et d'améliorer la notoriété, rassurer l'environnement : client, partenaires, finances, prescripteurs et en renforcer la relation avec les parties prenantes.

La communication externe comprend : le buzz, le site internet, les réseaux sociaux, les brochures et l'e-mailing.

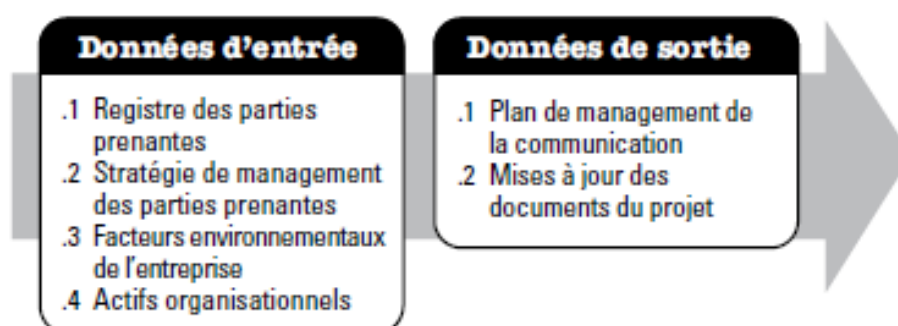


Figure n°11 processus de planification de la communication source : PMI1998

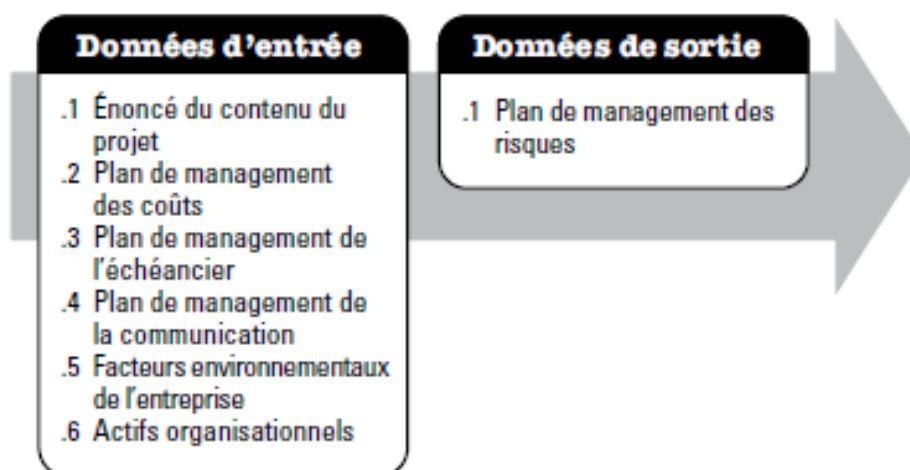
<sup>30</sup>[https://www.memoireonline.com/08/15/9245/m\\_La-communication-institutionnelle-des-entreprises-etablissements-et-services-publics-en-RDC1.html](https://www.memoireonline.com/08/15/9245/m_La-communication-institutionnelle-des-entreprises-etablissements-et-services-publics-en-RDC1.html)

Dans une société de plus en plus individualiste ou le travail en équipe est inévitable dans les entreprises, la communication est primordiale, ce qui en fait un facteur clés pour n'importe quel projet.

### 3.7 Processus de management des risques

Pour commencer le risque est un événement ou une condition possible dont la concrétisation aurait un impact positif ou négatif sur un ou plusieurs objectifs du projet.<sup>31</sup>

Le management des risques représente l'ensemble des dispositions qui sont prises pour maîtriser les menaces identifiées ou que les opportunités appréhendées soient saisies si elles devaient se concrétisées.



**Figure n° 12** processus de planification du management des risques **source** : PMI1998

Le management des risques représente un intérêt considérable pour le projet, il permet de réaliser des gains de temps et d'argent en faisant en sorte de maîtriser tous les risques critiques susceptible de se réaliser au cours d'un projet. Cela permet entre autre d'éviter les mauvaises maîtrises du contenu ou des spécifications techniques et fonctionnelles du produit du projet, un dépassement des délais, des pertes financières, l'insatisfaction du client, la démotivation du personnel, des lacunes de communication ou l'interruption voir l'abandon du projet.

<sup>31</sup>Tramway de Québec et de Lévis – Étude de faisabilité – Lot 3 Analyse des risques du projet Lot 3 – Livrable 4.4- le consortium

## **4 Enjeux de planification de projet événementiel**

### **4.1 Compréhension des enjeux d'un projet**

De nombreuses organisations appliquent des méthodes reconnues sur lesquels s'appuie la gestion de projet, dans divers secteurs et contextes. Des outils supportent généralement les processus et permettent le suivi et le contrôle des étapes de la gestion de projet tel que définis lors de la phase de planification. L'affectation des ressources au projet quel que soit son type, est une étape déterminante, puisque les efforts des ressources humaines, les moyens financiers mis à disposition et le matériel alloué guideront les performances et la réussite du projet. D'autre part, l'environnement est un aspect que l'on maîtrise le moins en projet mais auquel il faut se préparer pour anticiper et réagir.

Il y a un aspect dont la nature est incontrôlable, mal étudiée et qui doit être pris en considération avant de démarrer un projet : les enjeux. Ceux du projet, des acteurs du projet et les enjeux environnementaux. Communément appelés enjeux internes et externes.<sup>32</sup>

### **4.2 Enjeu du chef de projet événementiel**

Dans un projet, il faut impérativement considérer et prendre en compte les différents enjeux en sachant que ceux du chef de projet ne sont pas ceux des autres intervenants. On requiert alors de la polyvalence en gestion de projet afin de comprendre les enjeux d'affaires, humains et financiers qui pèsent sur l'ensemble du projet, d'avant sa planification jusqu'à sa finalisation.

C'est dans la phase de définition, c'est à dire lors de l'initialisation du projet, qu'on pourrait saisir les réels enjeux. Et il faut mener cette réflexion avec toute l'équipe afin qu'elle soit sensibilisée et de créer une synergie créatrice d'idées.

---

<sup>32</sup> <https://www.nutcache.com/fr/blog/difference-entre-enjeux-et-objectifs/>

Une fois les enjeux des parties prenantes étudiés, on doit les consolider dans un document formel et les présenter à chacune des parties prenantes. Ce document constituera une base d'échange solide pour ajuster, modifier et/ou compléter les enjeux.

La prise en compte de ces enjeux nourrit la réflexion et aide à définir puis assigner les missions de chacun afin de compléter l'organigramme de planification.

#### **4.2.1 Maîtrise des risques et le pilotage de la performance d'un projet événementiel**

Les projets comportent des imprévus qui entraînent la prise des décisions. Les chefs de projets sont mis en face de compromis en face desquels il faut trancher, et les meilleures décisions pourront et seront être prises en fonction des enjeux.

En effet, les enjeux pour un chef de projet sont de livrer un projet fidèle aux objectifs dans les délais impartis, tout en respectant les coûts et en satisfaisant tous les acteurs du projet. Aussi, Les enjeux requièrent de la polyvalence et sont liés à toutes les parties prenantes.<sup>33</sup>

La personne occupant le poste de chef de projet, doit prendre en compte différents enjeux appartenant à aux parties prenantes tel que :

#### **4.2.2 Enjeu de l'entreprise**

C'est de produire de la marge brute et donc de générer un bénéfice grâce à la réalisation de ce projet. Et aussi l'enjeu qualitatif qui est de satisfaire le demandeur du client final, de le fidéliser, mais aussi de créer une expérience positive pour contribuer à la notoriété du maître d'œuvre.

Le chef de projet se doit de maîtriser les coûts opérationnels et la productivité de son équipe, s'approprier les objectifs du projet et les faire siens.

---

<sup>33</sup> <https://www.nutcache.com/fr/blog/difference-entre-enjeux-et-objectifs/>

### **4.2.3 Enjeu de l'équipe opérationnelle**

Il faut faire valoir son expertise et contribuer à la réussite du projet. Ce qui peut également signifier : trouver un sens et un but à sa contribution dans une action commune pour y prendre du plaisir. Chaque expert voudra également s'appuyer sur ce projet pour sa montée en compétence.

Ici le chef de projet doit s'appuyer sur ses ressources humaines tout en veillant à ce que leurs compétences soient bien employées et exploitées, que leur montée en compétences soit assurée et qu'ils disposent des outils nécessaires pour accomplir leurs missions.

### **4.2.4 Enjeu du client final**

Le client final voudra un livrable le plus proche possible de ce qui a été demandé. Son livrable contribuera probablement à l'accroissement de son activité et au gain de parts de marché.

Le chef de projet devra s'assurer de la conformité du livrable final, mais plus encore, s'approprier les enjeux du client pour être en mesure de faire des propositions et faire les ajustements nécessaires à l'atteinte d'un but final. Les projets pilotés en mode agile, procèdent couramment par itérations afin d'être au plus proche des attentes du marché et de la cible qui peuvent être sujets à des changements rapides.



**Cadre  
méthodologique**

## CHAPITRE II : CADRE METHODOLOGIQUE

Dans le cadre méthodologique, nous justifierons l'encrage épistémologique utilisé, la méthode de recherche, l'approche, la considération autour de l'étude de cas, la question de recherche principale ainsi que les questions secondaires et l'objectif de l'étude ; dans un premier temps.

Puis dans un second temps nous verrons le choix du terrain, la recherche documentaire, le choix de la population d'étude et l'échantillonnage pour ensuite passer aux méthodes de collecte et d'analyse de données et enfin des difficultés que nous avons rencontrées.

### 1. Encrage épistémologique

La présente étude est en lien avec domaine de la recherche socio-économique. Le sujet s'intéresse aux méthodes d'amélioration des processus de planification des projets événementiels employés par l'entreprise d'accueil pour améliorer le développement des stratégies de planification événementielle qui existe sur le marché Algérien.

L'étude s'inscrit aussi en relation avec le changement social puisqu'il s'agit d'identifier les difficultés qui entravent la planification événementielle, de les analyser et de formuler des suggestions d'amélioration. Dans ce contexte l'étude se place dans une approche interprétative, un positionnement épistémologique basé sur la relativité qui existe entre vérité et réalité.

Morin, défini la relativité comme « sujet et objet sont indissociables, mais notre mode de pensée exclut l'un par l'autre ».<sup>34</sup> C'est le principe dialogique, c'est-à-dire le maintien de la dualité au sein de l'unité. La recherche se fonde, de ce fait, sur l'interaction sujet-objet.

---

<sup>34</sup> Morin, "vérité et réalité", 1990 p57. MORIN, Etelle, Michel GUIDON et Emilio BOULIANNE. 1996. Les indicateurs de la performance, Montréal, Guérin, 167 pages.

Selon Pierre Paillé, « L'interprétation est une attribution de sens, le sens étant à son tour un contexte de compréhension, celle-ci venant à l'existence lorsque des liens entre les choses ou les événements deviennent visibles et/ou familiers, et/ou prévisibles, et/ou logiques, et/ou plausibles, et/ou fonctionnels »<sup>35</sup>.

## 2. Méthode de la recherche

Nous savons à présent que l'événementiel a toujours existé mais qu'auparavant il était considéré avec très peu de sérieux. Aujourd'hui c'est un secteur primordial qui permet de cibler un public comme aucune autre forme de communication avant lui et pour ce faire, la planification des projets événementiels, doit être prise en compte dans les stratégies de management qui sont développées.

Dans cet enjeu sociopolitique complexe ou les interactions avec les acteurs du terrain sont multiples, les sous questions ont été formulées sur le principe d'abduction.

Une question de recherche ouverte, portant sur un thème peu connu induit des questions exploratoires afin de donner un aspect plus impliquer a une recherche de type qualitative. L'étude du cas permet la description en profondeur et l'enclenchement d'un processus abduction.

Pour commencer Aristote avait lui-même, indirectement mis en évidence ce type de raisonnement comme « un syllogisme dont la prémisse majeure est certaine et dont la mineure est seulement probable ; la conclusion n'a alors qu'une probabilité égale à celle de la mineure. »<sup>36</sup>

Et c'est ensuite le sémioticien et philosophe américain Charles Sanders Peirce, fondateur du pragmatisme, qui introduisit la notion formelle d'abduction comme la troisième forme de raisonnement, avec la déduction et l'induction. Selon lui, « l'abduction

---

<sup>35</sup> Pierre Paillé, 2006. Pierre Paillé, (2006) Voir *Premiers Analytiques*, II, 25 sqq.

<sup>36</sup> Voir *Premiers Analytiques*, II, 25 sqq.

est le seul mode de raisonnement par lequel on peut aboutir à des connaissances nouvelles. »<sup>37</sup>

Il existe trois formes de raisonnement et l'abduction est une forme de raisonnement utilisée dans le processus de découverte par Sérendipité.<sup>38</sup>

Par ailleurs, si l'on considère le mode de recherche et d'obtention de connaissances nouvelles comme un processus de conception, le discours sur la méthode scientifique est en lien avec les modèles des sciences cognitives, alors les allers et retours en confrontation entre le projet de concevoir et sa réalisation doivent permettre d'enrichir une « épistémologie de l'invention » selon l'expression de Deledalle.<sup>39</sup>

Dans ce contexte, Il devient essentiel de comprendre comment contribuer à l'amélioration des processus de planification pour mener à bien les recherches, la méthodologie a été axée fondamentalement sur les sources documentaires et les recueils des données sur le terrain d'étude à travers une approche qualitative.

Selon Mays et Pope « le but de la recherche qualitative est de développer des concepts qui nous aident à comprendre les phénomènes sociaux dans des contextes naturels plutôt qu'expérimentaux, en mettant l'accent sur les significations, les expériences et les points de vue de tous les participants. »<sup>40</sup>

Tous chercheurs dans le domaine scientifique doit indispensablement avoir recours à une méthodologie de recherche cohérente.

Maurice Angers dans son ouvrage initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines l'a défini comme : « un ensemble des règles régissant le processus de la recherche scientifique ».

Autant qu'il existe plusieurs méthodes de recherche en sciences humaine et sociales, la méthode à adopter dans une recherche est généralement par la nature du thème ou la taille de l'échantillon.

---

<sup>37</sup>Claudine Tiercelin, *C. S. Peirce et le pragmatisme*, Paris, puf, 1993, p. 96

<sup>38</sup>Eva Sandri, « *La sérendipité sur Internet : égarement documentaire ou recherche créatrice ?* », Cygne noir, n° 1, 2013 (ISSN 1929-090X, lire en ligne)

<sup>39</sup>G. Deledalle, *Lire Peirce aujourd'hui*, Éditions universitaires -DeBoeck Universités, Bruxelles 1990, 217 pages

<sup>40</sup>Mays et Pope, 1995, page 43.

Vu la nature de notre thème de recherche qui se porte sur la planification des projets événementiels de l'entreprise et plus précisément celle de la Stall Expo Event, nous avons choisi la méthode qualitative pour traiter notre thème de recherche car c'est la méthode la plus appropriée, la plus fiable et la plus pertinente pour déterminer, expliquer et mieux comprendre la phase de planification événementielle de par l'analyse des processus de planification événementiel et pour comprendre la différence et la parallèle qui existe entre le management de projet événementiel et le management de projet en général.

### 3. Considération autour du cas

Au début de cette recherche, le but était d'étudier plusieurs entreprises événementielles afin de s'intéresser à différents projets planifier en même temps, seulement au cours de ce travail, nous sommes arrivés à la conclusion que nous concentrer sur un seul cas et non un cas multiple était plus approprié pour ne pas perdre de vue l'objectif de l'étude qui est de savoir comment planifier un projet événementiel.

La condensation de données est l'une des étapes nécessaires de ce type d'étude. Elle correspond au « *processus qui consiste à sélectionner, mettre au point, simplifier, résumer et/ou transformer les données qui apparaissent* » dans les documents empiriques pour « *organiser les données de sorte à ce que les conclusions finales puissent être tirées et vérifiées* »<sup>41</sup>

Par manque de méthode formalisée, il est dit que cette condensation de données repose le plus souvent sur des choix analytiques du chercheur par exemple, choisir une dimension plutôt qu'une autre ou décider qu'une dimension est élevée ou faible sur un cas. Du fait de l'importance du matériel qualitatif recueilli sur plusieurs cas et des limites cognitives de tout un chacun pour le traiter, le risque est alors important d'aboutir à des conclusions prématurées voire erronées. Ce qui irait à l'encontre des principaux critères de qualité d'une recherche qualitative que sont la fiabilité, *l'objectivité ou la réhabilité*.<sup>42</sup>

Ces choix problématiques de condensation de données, d'autant plus cruciaux que la recherche suit un processus d'abduction et un caractère exploratoire, comme il est question

---

<sup>41</sup>Miles et *al.*, 2014, p. 12

<sup>42</sup>Drucker-Godard et *al.*, 1999

dans cette recherche, nous amènent à nous interroger sur la façon dont on pourrait améliorer la fiabilité dans la condensation des données qualitatives utilisées dans une étude de cas comparative exploratoire. Et c'est pourquoi cette étude se concentre sur un seul cas.

### **3.1. Question de recherche**

Question de recherche : comment contribuer à l'amélioration des processus de planification des projets événementiels en Algérie ?

### **3.2. Questions spécifiques**

Questions spécifiques :

- Quels sont les processus de planification d'un projet événementiel ?
- Quelles sont les lacunes de la planification des projets événementiels au sein de l'entreprise Stall Expo Event ?
- Quelles sont les mesures à prendre pour améliorer les processus de la planification des projets événementiels au sein de l'entreprise Stall Expo Event ?

### **3.3. Objectif global**

L'objectif de cette étude est de contribuer à l'approfondissement de la réflexion sur les processus de planification dans l'élaboration des projets événementiels.

C'est-à-dire connaître la place de la planification événementielle dans la politique manageriel et la promotion des services de l'entreprise Stall Expo Event, L'intérêt central de ce travail est de définir:

- Les apports de la planification événementielle.
- L'importance donnée au processus de planification en management.
- Connaître Les moyens et les techniques de la planification événementielle que l'entreprise utilise pour les comparer aux techniques qui existent déjà sur le terrain.

- Etudier et analyser les apports du management de projet événementiel.
- L'envie de connaître les raisons qui poussent la SEE a planifiée ou à participée à des événements.

### **3.4. Objectifs spécifiques**

De façon spécifique, il s'agira de :

- Présenter les processus de planification des projets événementiels;
- Analyser la stratégie de planification de l'entreprise événementielle dans l'organisation du salon IMPEX2020 ;
- Formuler des recommandations pouvant conduire à améliorer les techniques de planification des projets événementiels.
- Connaître les raisons qui poussent la Stall Expo Event a planifiée ou à participée à des événements.

## **4. Choix du terrain**

Par rapport au milieu d'étude, le choix s'est plus porté sur la région d'Alger en raison d'une part, parce que nous y résidons, et d'autre part, de la diversité des acteurs du salon au niveau de la localité.

Quant au choix de la Stall Expo Event et du salon IMPEX2020, cela se justifie par le fait que d'une part ledit salon correspond à l'actualité politico-économique du pays, et d'autre part, les méthodes utilisées pour son élaboration et sa mise en œuvre s'adaptent mieux à l'objet de notre étude.

Ce choix permettra d'approfondir les apports du management de projet dans le secteur de l'événementiel en Algérie de par les raisons suivantes :

- Déterminer la valeur donnée à la planification événementielle au sein de l'entreprise.

- Collaborer à la diversification des études sur les apports du management de l'événement, vu le nombre réduit voir l'absence définitive des thèses réalisées autour de ce thème au sein de notre école.
- Evaluer l'importance accordée à la planification au sein des entreprises de services événementiels Algériens et particulièrement dans la SEE.
- Connaître les raisons qui poussent l'entreprise à planifiée et organisée des événements.

## 5. Recherche documentaire

La recherche documentaire a constitué l'ultime étape de cette étude. En effet, des documents ont été consultés au niveau de l'antenne Stall Expo Event au capital événementiel très riches, notamment à travers des articles de presses concernant l'entreprise et le salon IMPEX2020, les courriers entre l'entreprise d'accueil et ses clients et/ou partenaires. Les contrats de convention.

Des documents internes propres à la stratégie de l'entreprise, des méthodes, les rapports et les bilans comptables et les fiches techniques ont également fait l'objet de consultation.

Au cours de cette recherche, des entretiens directifs et semi-directifs ont eu lieu avec des personnes impliquées de près ou de loin à la planification complète de ce salon à travers un guide d'entretien destiné à l'équipe de planification du projet. Un questionnaire destiné aux promoteurs du projet et pour finir un questionnaire propre aux participants du salon IMPEX2020.

Le décret sur la création de l'entreprise, conférence du directeur, article de presses qui concerne l'évolution du secteur de l'événementiel, subvention, rapports d'activités. Et enfin le brevet du salon.

## 6. Choix de l'échantillon

L'étude étant du domaine socio-économique et social, le choix de la méthode qualitative paraissait plus indiqué comme il a été justifié plus haut dans le choix de la méthode. Ainsi, les personnes interviewées ont été choisies en fonction des filières.

Des entretiens ont été réalisés avec des acteurs qui sont à même de fournir des informations au regard du thème. Le souhait au départ était d'enquêter sur l'ensemble des parties prenantes du projet. Malheureusement, pour des raisons d'insuffisance de temps due au COVID-19 et aux contraintes qui y sont reliés, seules les parties prenantes situées à proximité ont pu être alors être enquêtés.

Cette partie compte notamment, les employés de l'entreprise d'accueil, les premiers prestataires de services, ses clients en rapport avec le salon. Bien entendu quelques participants au salon et enfin les invités du salon, tel que les représentants économiques des ambassades africaines accrédités en Algérie.

Une population d'étude c'est « Un ensemble d'éléments ayant une ou plusieurs caractéristiques en commun qui les distinguent d'autres éléments et sur lesquels porte l'investigation. »<sup>43</sup>

L'échantillonnage est « un ensemble des opérations permettant de sélectionner un sous ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon ».

Pour répondre à nos objectifs nous avons procédé à une enquête sur le terrain à partir de cet échantillon que nous avons préférées combiner l'échantillonnage typique.

L'échantillonnage typique : « c'est la constitution d'un échantillon de la population de recherche par sélection d'élément exemplaire de celle-ci »

Dans l'échantillonnage typique, tous les éléments choisis pour faire partie de l'échantillon sont des modèles de la population de l'étude ; ce sont un ou plusieurs éléments considérés comme des portraits types de la population à l'étude qui sont alors recherchés.

---

<sup>43</sup>Maurice ANGERS, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, éd CASBA, Alger 1997  
page226

## 7. Outils et techniques de collecte de données

Dans le cadre de cette étude, les outils et techniques de collecte des données ont été principalement la recherche documentaire, le guide d'entretien autrement dit grille d'entretien qualitative destinée à l'équipe en charge de la planification et de l'organisation complète du salon ainsi que les promoteurs et un questionnaire destiné aux participants du salon.

Le guide d'entretien et le questionnaire ont été dominés par des questions semi-directives et directives ; comme il est recommandé dans les recherches qualitatives, selon la technique d'entonnoir pour respecter le caractère d'abduction de cette recherche chose qui devrait permettre de recueillir le maximum d'informations sur les opinions des parties prenantes afin de faire des propositions pertinentes.

Dans la phase de pré-enquête, des échanges ont eu lieu avec le Chef d'équipe et directeur général de la SEE. Ces échanges fructueux ont permis d'identifier les partenaires et d'adapter les questionnaires.

Il existe plusieurs techniques scientifiques permettant aux chercheurs de recueillir des informations.

Les techniques sont les outils permettant concrètement de réaliser la collecte des données ; il peut s'agir de questionnaire, de guide d'entretien, du terrain, de focus-groups, mind-map et Selon M.GRAWITZ : « la technique est un moyen d'atteindre un but situé au niveau des faits, des étapes pratiques »<sup>44</sup>

La méthode qualitative s'est révélée à nous comme la plus appropriée à notre thème, nous avons optés pour l'utilisation de deux techniques qui sont l'observation et l'entretiens. Tout en participant a la réalisation du projet jusqu'à sa fin.

---

<sup>44</sup>M.Grawitz, "méthode des sciences sociales"1964. 11eme Ed Eyrolles

### **Observation :**

L'observation constitue presque la première démarche dans toute recherche scientifique. « Elle est probablement l'une des techniques les plus difficile à mettre en œuvre sur le terrain : ayant tout à décrypté à la fois, le chercheur manque souvent de repères pour commencer »<sup>45</sup>

Observer est : « un processus incluant l'attention volontaire et l'intelligence, orienté par un objectif terminal ou organisateur et dirigé sur un objet en recueillant des informations ». <sup>46</sup>

L'observateur ou le groupe observateurs doit le plus possible s'intégrer à la situation, à l'environnement, en faire partie pour que les conditions du déroulement de la séquence soient optimisées.

L'observation : « c'est l'action de regarder avec attention les faits pour les étudier, les comprendre et les analyser ».

Dans cette recherche nous avons utilisé l'observation indirecte qui consiste à observer notre population d'étude au moment de l'exécution de leur travail afin d'arriver à acquérir de nouvelles connaissances et aussi parce que notre master constitue un master professionnel.

La durée dans laquelle s'est inscrite cette technique d'observation, nous a permis d'aborder les techniques de planification événementielle ainsi que les apports de la planification événementielle pour l'entreprise.

Les modalités d'échanges et de partages nous ont permis d'essayer d'orienter à chaque fois notre recherche vers la vérification des conclusions que l'on dégage des données.

---

<sup>45</sup> Yves Livian. INITIATION A LA METHODOLOGIE DE RECHERCHE EN SHS : réussir son mémoire ou thèse. 2015. ffhshs-01102083f

<sup>46</sup> Mme Joëlle Berrewaerts EDUS 1101 Méthodologie de l'observation

**Entretien :**

Dans cette recherche on a eu recours à la technique d'entretien sur laquelle nous nous sommes basées pour la réalisation de notre enquête sur le terrain et d'établir un processus de communication verbale entre l'enquêteur et l'enquêté pour récolter un grand nombre d'information et de répondre au problème posé.

Nous définissant empiriquement l'entretien de recherche comme un entretien entre deux personnes, un interviewer et un interviewé, conduit et enregistré par l'interviewer.

Selon Alain Blanchet et Anne Gotman, l'entretien est : « comme technique d'enquête, est née de la nécessité d'établir un rapport suffisamment égalitaire entre l'enquêteur et l'enquêté pour ce dernier ne se sente pas mal.»<sup>47</sup>

Nous utilisons dans notre étude la variante de l'entretien semi directif et directif, en vue d'élaborer un dialogue en face à face avec les enquêtés pour la collecte des données correspondantes à notre enquête, nous l'avons choisie afin de laisser plus d'ouverture aux interviewés, tout en s'assurant de ne pas nous éloigner de notre objet d'étude.

Cette technique est menée à base d'un guide d'entretien préparé à l'avance qui contient des questions simples, en fonction de nos sous question, afin d'avoir des informations plus approfondies qui nous permettrons d'y répondre. Et d'un questionnaire, un pour les participants du salon IMPEX2020.

Le guide d'entretien élaboré lors de déroulement des entretiens portent sur les axes suivants :

- Des questions sur les données personnelles
- Des questions sur l'importance de la contribution à l'amélioration des processus de planification dans la réalisation d'un projet d'une telle ampleur
- l'importance accordée aux processus clés de succès d'une planification et aux menaces, opportunités, forces et faiblesses relié à la planification.

---

<sup>47</sup>Alain Blanchet et Anne Gotman, l'enquête et ces méthodes, l'entretien armone colin, 2<sup>ème</sup> édition Casbah Université, 2014, p7

- Des questions sur les techniques de planification utilisées au sein de l'entreprise d'accueil.

## 8. Techniques d'analyse de données

Les données recueillies sur le terrain qui font l'objet de vérification et d'interprétation constituent l'analyse des données permettant d'obtenir des réponses à la problématique, celle-là se fait suivant la méthodologie de notre recherche. C'est une analyse de contenu, elle est basée sur des entretiens. Nous transcrivons les données brutes des entretiens, nous élaborant une grille d'analyse et ensuite, nous passerons au codage et enfin au traitement des données.

L'analyse de contenu suivant la démarche qualitative se fait en trois étapes à savoir : transcription, codage et traitement. <sup>48</sup>

### 8.1. Transcription des données :

L'étape qui succède à l'enregistrement des entretiens et celle de la transcription. Son utilité consiste à dégager des conclusions et de les illustrer grâce aux réponses collectées pour bâtir une analyse. Dans notre analyse nous avons choisi la retranscription mot par mot prononcés par la personne interrogée.

### 8.2. Codage des données :

Il existe deux types de codage, le codage ouvert et le codage fermé. Il s'agit d'explorer ligne par ligne les données retranscrites précédemment dans le but de les transformer et les classer en fonction d'une grille d'analyse.

Dans le cas de notre projet d'étude, nous avons choisi le codage ouvert parce que nos catégories d'analyse sont issues de la retranscription des entretiens. Cela implique une

---

<sup>48</sup>Andreani, Conchon, 2005. Le traitement des données qualitatives.

lecture ligne par ligne des données pour les généraliser, une recherche d'ensemble similaire, classement et comparaison des réponses ainsi que le codage des dimensions principales et sélectifs des idées centrales et répétitives.

### 8.3. Traitement des données :

Selon ANDREANI « *Le traitement des données qualitatives peut être mené d'un point de vue sémantique ou statistique* ». <sup>49</sup>

Nous avons choisi le traitement sémantique des entretiens sans avoir eu recours aux logiciels informatiques dédiés pour ça. Cela implique un traitement manuel et une analyse empirique des mots, des idées et de leur signification.

## 9. Difficultés rencontrées

Dans l'ensemble, la recherche s'est bien déroulée et nous n'avons pas rencontré d'obstacles majeurs susceptibles d'avoir un effet négatif sur le présent travail. Néanmoins, nous tenons à relever que pour la recherche documentaire, nous étions obligés de nous rendre majoritairement sur des bibliothèques sur internet au lieu de nous déplacer dans des endroits physiquement dû à la longue période de confinement et la difficulté reste la même concernant le déroulement des entretiens avec certaines parties prenantes.

Et il faut noter que l'événement a été reporter trois fois de suite et sa réalisation aura lieu à présent en novembre au lieu d'avril. Ce qui nous a contraints en tant que membre de l'équipe de planification de prolongé notre période de stage sur plus de trois mois.

---

<sup>49</sup> Andreani, Conchon, 2005. Le traitement des données qualitatives.

## **Cadre pratique**

## **CHAPITRE III : CADRE PRATIQUE**

Dans ce chapitre nous commencerons par présenter notre organisme d'accueil, nous présenterons toutes les informations relatives à l'entreprise et au salon IMPEX2020 tel que son historique, sa fiche technique, le personnel permanent de l'entreprise, sa situation géographique et son processus méthodologique de planification. Puis nous passerons à l'analyse et l'interprétation des données en commençant par les particularités de l'étude sur le terrain de l'entreprise. Ensuite nous ferons le profil de l'échantillon et des répondants. Cela nous permettra de passer à la synthèse des résultats du guide d'entretien destiné à l'équipe de planification et des promoteurs du salon IMPEX2020 et du questionnaire destiné aux participants.

Et enfin, nous discuterons l'analyse des principaux résultats et les limites et recommandations de cette étude.

### **1. Présentation de l'organisme d'accueil**

#### **1.1. Historique de l'entreprise**

La Stall Expo Event est une entreprise qui active depuis plus de dix ans, riche d'une équipe de cadres supérieurs et de personnels qualifiés, dont certains cumuls, plus de trois décennies dans le domaine de l'organisation d'évènements et de gestion des manifestations socio-économiques, tant en Algérie qu'à l'étranger. Sachant qu'elle était anciennement appeler « EXPO DREAM ». La Stall Exop Event a été créé en 2009 et depuis elle a exercée plusieurs activités dans le domaine de l'évènementiel.

Stall Expo Event ne fait pas appel aux sous-traitants pour la réalisation des stands des événements qu'elle organise, l'entreprise possède des structures en aluminium, du matériel, des équipements et du mobilier pouvant couvrir une exposition allant jusqu'à 6.000 mètres carré de surface.

### **1.1.1. Fiche technique de l'entreprise**

**Raison sociale:** SARL Stall expo Event, anciennement EURL Expo-Dream

**Date de création :** 28/02/2019

**Adresse:** cité 360 logements bat C29 Local N°2 Ben Aknoun Alger

**Gérant de l'entreprise :** Monsieur Berrabia Rachid

**Fonction dans l'entreprise :** Directeur Général

**Numéro de registre de commerce :** 19B101418616/00

**Tel :** 0540 42 75 78 / 0551 84 18 72

**Email :**

- stallexpoevent@gmail.com
- contact@stallexpo.events

### **1.1.2. Personnels permanent dans l'entreprise :**

- Cadres supérieurs : 05
- Techniciens : 05
- Agents : 02
- Recrutement de vacataires à l'occasion des différentes manifestations.
- 

## **1.2. Données techniques de l'entreprise**

### **1.2.1. La situation géographique**

La Stall Expo Event se situe dans la cité 360 logements bat C29 Local N°2 Ben Aknoun Alger.

En revanche, le dépôt qui contient tous les équipements, les matériaux de construction et les mobiliers additionnels se situe à Hammadi-Boumerdas.

Accès à l'entreprise :

La Stall Expo Event est accessible par l'autoroute du 05 juillet, le premier tournant sur la droite en allant vers Ben Aknoun à proximité du centre de recherche sur l'information scientifique et technique CERIST.

Accès au dépôt: le dépôt est accessible par l'autoroute Est-ouest vers Hammadi en face la gendarmerie de Hammadi-wilaya de Boumerdas.

### 1.2.2. Organigramme de l'entreprise

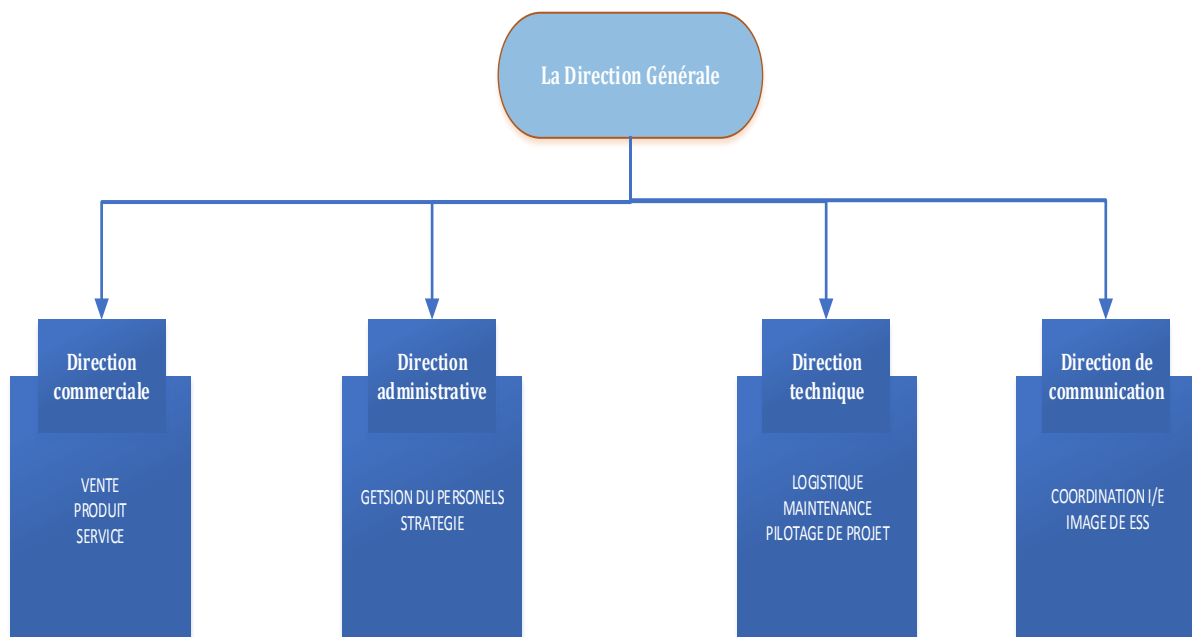


Figure n°13 : l'organigramme de l'entreprise source : élaborer par nos soins

1.2.3. Carte stratégique

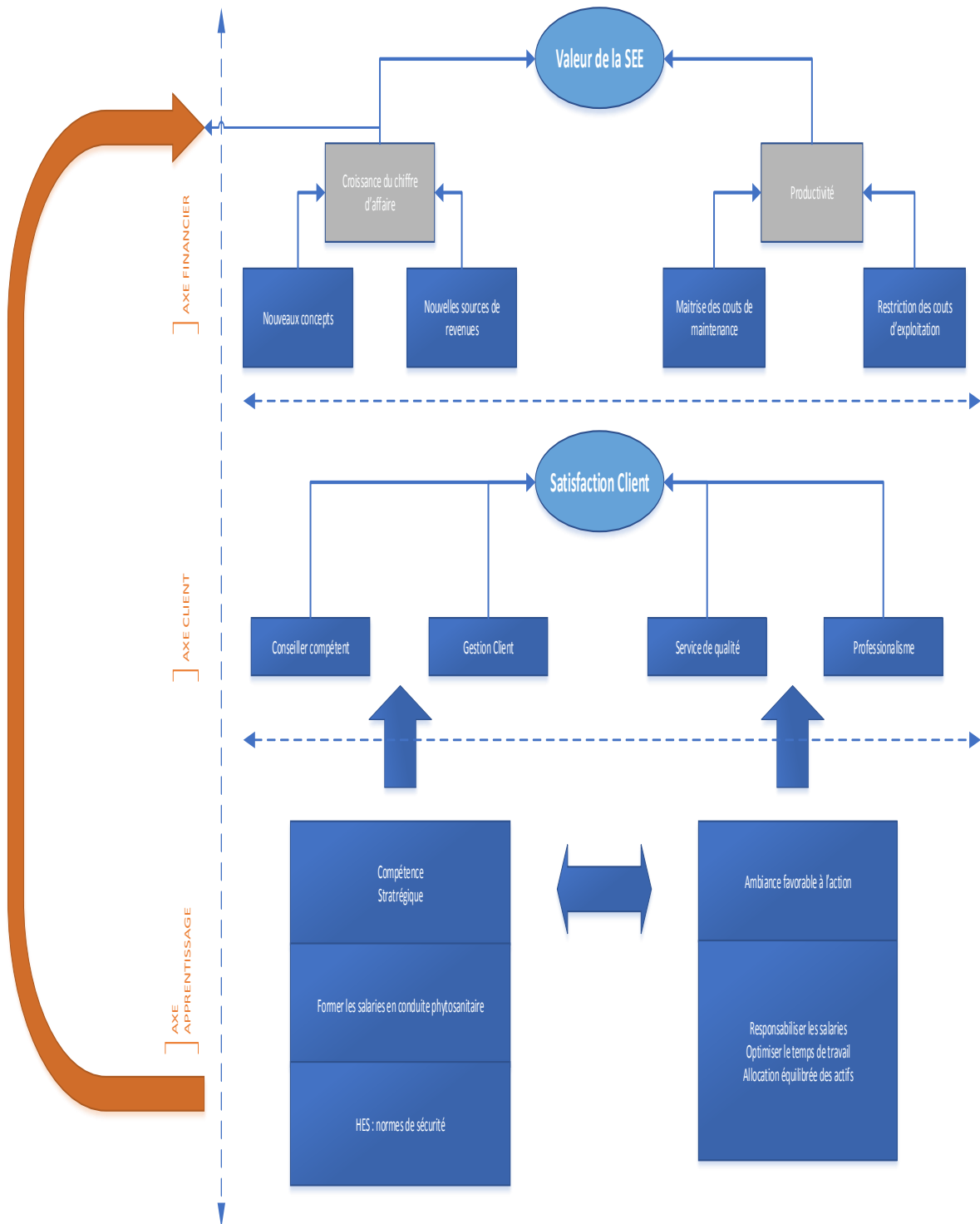


Figure n°14 : la carte stratégique de l'entreprise source : élaborer par nos soins

#### 1.2.4. Processus méthodologique de l'entreprise

En analysant la méthode de travail de la Stall Expo Event nous avons remarqué que c'est une entreprise qui n'utilise pas forcément d'outils technique pour la gestion de projet mais plutôt une méthode simple qui s'avère efficace à savoir la méthode Delphes.

Delphes est considérée comme une technique de communication collective et ordonnée. Un outil permettant de rapidement obtenir un consensus en partant de réflexions individuelles d'experts. Des individus possédant suffisamment de connaissances et de légitimité sur le sujet pour pouvoir apporter une réflexion constructive ; mises progressivement en commun au travers de consensus successifs.

La réunion souvent animée par le directeur général de la Stall Expo Event, c'est à ce dernier d'énoncé la problématique et l'objet de cette étude, il doit rester neutre et objectif, il est considéré comme l'encadreur de la session voir le facilitateur de l'échange, c a lui de mener le débat et s'assurer que ces échanges se mènent sans contraintes ou pressions quelconques.

Quant aux experts, ils appartiennent le plus souvent à l'entreprise, principalement le directeur commercial, le directeur de communication, le directeur technique, le responsable media, et le chef du projet, le cadre financier est toujours encadré par un expert-comptable auquel le directeur général fait appel.

Finalement le groupe se met d'accord sur l'option la plus adéquate afin de formuler une proposition adoptée à l'unanimité, Une fois le consensus établi, il ne reste plus qu'à définir un plan d'action, le mettre en place et en assurer le suivi.

### 1.3. Présentation du projet du salon « IMPEX2020 »

Placé sous le haut patronage de monsieur le ministre du commerce, et en partenariat avec l'agence Algérienne des promotions du commerce Extérieur ALGEX, ANEXAL association nationale des Exportateurs Algériens, la CAGEX compagnie Algérienne d'assurance de Garantie des Exportateurs et le directeur des douanes algérienne. La Stall Expo Event organise le premier salon inter africain d'import-export, un événement qui

s'inscrit dans le cadre de la continuité et de l'accompagnement des accords douaniers interafricains portant sur la création de la zone de libre-échange continental africaine la ZLECAF qui sera opérationnelle dès le 1<sup>er</sup> janvier 2021.

Les barrières douanières ayant été levées, ou en voie de l'être, c'est dans cette perspectives que cet espace d'échange est organisé afin de permettre aux hommes d'affaires des différents pays africains de saisir les opportunités qui leur seront offertes en matières d'échanges, de partenariat, d'investissements et de complémentarités.

Cette exposition a pour objectif de développer et de renforcer les échanges interafricains, en regroupant l'ensemble des pays de ce continent, et permettra aussi de mettre en valeur les potentialités des produits à l'exportation concernés par les accords douaniers, en matière des avantages d'exonération de droit de taxes.

Cette rencontre permettra aussi, de jouer le rôle de baromètre, en comparant le rapport qualité/ prix de la production africaine, à celle habituellement importées des autres continents.

A ce jour, la production des pays africains reste méconnus par la plupart des pays importateurs, les échanges très timides, et limités existants, sont régionaux, et se distinguent au nombre de deux ou trois pôles regroupés autour des organismes tels que COMSA (marché commun de l'Afrique australe et orientale), CEDEAO (communauté économique des états de l'Afrique de l'ouest), alors que ces régions devraient former une unité et une force économique à l'image de l'union européenne, à ce titre d'exemple.

Au 21eme siècle, le marché africain représente une population de plus d'un milliard d'habitants, c'est-à-dire autant de consommateurs potentiels et des importations effectuées par ces marchés s'élèvent à plusieurs milliards de dollars.

Cette exposition sera enrichie par l'organisation de séminaires qui seront animés par d'éminents experts, et d'une matinée qui sera réservée à une visite des conseillers économique de l'ensemble des ambassades accréditées en Algérie, que l'entreprise va inviter.

## 2. Analyse et interprétation des données

### 2.1. Les particularités de l'étude sur le terrain

#### 1.2.1. Temps de l'étude

Comme on a concentré notre recherche sur une seule entreprise événementielle, nous avons décidé d'élaborer plusieurs questions sous forme de guide d'entretien et de questionnaire qui visent à toucher plusieurs dimensions du projet; l'équipe de planification du salon IMPEX 2020, les promoteurs du salon et bien sûr les participants au salon.

Il faut savoir que cette étude en particulier nous a pris plus d'un mois de recherche en ce qui concerne l'élaboration des questions, les entretiens et l'analyse des données.

Les interviews en l'occurrence ont duré entre 20 à 30 minutes, parfois 40 minutes-1heure quand il s'agissait de l'équipe de planification car ses derniers avaient une masse d'informations à nous transmettre afin d'enrichir notre étude.

#### 1.2.2. Lieu de l'étude

L'étude s'est faite principalement au niveau de notre institut d'accueil, donc le siège de la Stall Expo Event, sous forme d'interview one to one. Le reste des interviews ont été faites à travers des entretiens téléphoniques ou par mail.

## 3. Profil de l'échantillon et des répondants

### 3.1. Statistique descriptives de l'échantillon

**Tableau n°01 : répartition d'échantillon selon le sexe**

| Sexe  | Effectifs |
|-------|-----------|
| Femme | 04        |
| Homme | 08        |
| Total | 12        |

Source : élaborer par nos soins

D'après le tableau ci-dessous on constate que la population d'étude est constituée de 12 enquêtés, dont 04 sont du sexe féminin et 08 sont du sexe masculin.

**Tableau n°02 : répartition d'échantillon selon la catégorie d'âge**

| Age     | Effectifs |
|---------|-----------|
| [20-39] | 06        |
| [40-59] | 03        |
| [60-79] | 03        |
| Totale  | 12        |

source : élaborer par nos soins

D'après le tableau ci-dessous on constate que notre population cible est composée d'enquêtés ayant entre 20 et 79 ans, dont 06 personne ont entre 20 à 39 ans, le reste se divise entre les deux catégories restantes par 3 personne chacune. Cela explique que notre cible d'étude est relativement jeune.

**Tableau n°03 : répartition d'échantillon selon le niveau d'instruction**

| Niveau d'instruction | Effectifs |
|----------------------|-----------|
| Secondaire           | 00        |
| Moyen                | 00        |
| Université           | 12        |
| Totale               | 12        |

source : élaborer par nos soins

Nous avons constaté à travers le tableau ci-dessus que toute notre population cible (à 100%) Est diplômée dans des formations différentes. Mais qui ont bien des diplômes universitaires, Car le poste occupé par nos enquêtés exige des études supérieures.

### 3.2. Caractéristiques descriptive des répondants

Pour cette catégorie nous avons choisis une niche très particulière, composée de cadre supérieure de l'entreprise principalement et des promoteurs du salon.

12 personnes au total prenant en compte un personnel permanent (04personnes), un personnel recruté spécialement pour le salon (02personnes), un représentant de l'équipe technique (01personne), promoteurs de salon (02 entreprises) et en derniers des participants au salon (03entreprises).

## 4. Synthèse des résultats

### 4.1. Guide d'entretien destiné à l'équipe de planification et aux promoteurs du salon IMPEX2020

Ce premier questionnaire vise à identifier les principaux éléments de cette étude. Ces éléments sont associés à l'organisation du salon d'import-export inter africain nommé IMPEX2020 afin de cerner les réponses élaborées et faire face aux problèmes rencontrés. Il cherche à mesurer l'importance accordé à la planification événementielle et plus particulièrement à l'amélioration, des processus de planification de ce type de projet.

Ce guide d'entretiens présente donc les résultats obtenus auprès de l'équipe de planification du salon, suite à l'administration du questionnaire de l'Annexe 1 spécialement destiné à ces derniers.

Le sujet de notre mémoire est la contribution à l'amélioration des processus de planification d'un projet événementiel en Algérie. Pour ce fait la première question que nous avons posée aux interviewers été la question de recherche elle-même.

#### 1. Amélioration des processus de planification des projets événementiels

Les interviewers se rejoignent tous sur le fait que pour améliorer les processus de planification, la SEE doit nécessairement implémenter des outils de gestion reliait aux processus de planification, tel que des logiciels spécialement adaptés au management de projet événementiel ou au management de projet général.

Cependant, certains répondant se concentrent sur la ressource humaine tandis que d'autres se concentrent plus sur la ressource financière. Il n'en reste pas moins que les deux ressources, sont très importantes et que pour les améliorer il faut des fonds suffisants et un personnel qualifié.

#### 2. Questions secondaires

- Quels sont les processus de planification d'un projet événementiel ?

Pour le directeur commercial de l'entreprise et le directeur général, les processus de planification se divisent en deux, il y a les processus liés à la partie pratique, c'est-à-dire

liée à la planification et d'autres liés à la partie opérationnelle. Tandis que pour les autres membres planificateurs de projet il y a les processus liés aux coûts, aux délais, à la logistique, aux ressources humaine, à la communication, aux parties prenantes et aux risques.

- Quelles sont les lacunes de la planification des projets événementiels au sein de l'entreprise Stall Expo Event ?

Les répondants et membres de l'équipe de planification du salon IMPEX2020 sont d'accord tous sur le fait qu'il manque les logiciels de planification mais également un manque de personnel. Car effectivement la Stall Expo Event ne compte pas un grand nombre d'employés.

- Quelles sont les mesures à prendre pour améliorer les processus de la planification des projets événementiels au sein de l'entreprise Stall expo Event ?

Hormis le fait que nous savons à présent que l'entreprise n'utilise pas d'outil de gestion, elle se doit de recruter plus de personnes à cause du manque d'effectif flagrant. D'autres répondants un peu plus dans le détail, signalent qu'il faut également suivre les tendances du marché avant de se lancer dans la réalisation d'un événement.

3. Les étapes à suivre pour planifier ce type de projet et les difficultés rencontrées lors de ces étapes

Nous avons demandé aux interviewers d'énumérer entre 3 - 5 étapes à suivre afin de planifier un projet événementiel comme ce salon. Ils nous ont répondu que ce type de projet nécessitait, un concept, une bonne prospection sur le terrain et recherche sur le sujet avant de mettre en place une planification prenant en considération tous les risques possibles, une réalisation effective qui respecte la planification mise en œuvre et une synthèse des feedbacks. C'est-à-dire une phase d'initiation, planification, pilotage et enfin coordination et contrôle.

Cependant, les réponses concernant les difficultés divergent d'un répondant à l'autre en fonction du poste qu'il occupe au sein de l'entreprise. Pour certains les difficultés concernent la non faisabilité du projet, budget dépassé et les difficultés opérationnelles liées

a des catastrophes de cas majeur. D'autres en revanche, on cite le manque d'effectif et lacunes liés à la maîtrise de processus. En ce qui concerne la planification des coûts et des délais, le risque était que le budget soit mal réparti et dépasser et que les dates choisies ne soient pas non plus les plus convenables pour le plus grand nombre de parties prenantes. Et pour la ressource humaine que les acteurs ne soient pas mis au bon poste.

Il n'en reste pas moins que malgré cette légère divergence dans les réponses, la pandémie liée au corona virus (Covid-19) a mis tout le monde d'accord sur le fait que c'était une réelle catastrophe pour le secteur de l'événementiel.

#### 4. Les processus clés de planification

Les précédentes questions ont apporté beaucoup d'éclaircissements au sujet des processus de planification de projet. Au début de notre étude, nous avons sélectionnées sept (7) processus clés de planification alors nous les avons présentés aux répondants avant de leur demander leurs avis et voici un aperçu de leurs réponses à ce sujet.

##### - Processus de management de contenu

Selon les membres de planification du salon IMPEX2020. La planification a respecté les normes de projet événementiel et elle a bien été effectuée.

Le manager événementiel nous dit lui-même que « Même s'il s'agit d'une planification très traditionnelle et peu construite sur le plan technique, elle a bien été effectuée dans le respect des normes du management de projet »

##### - Processus de management des délais

En ce qui concerne la gestion des délais, ils n'ont pas été respectés, il a eu de nombreux retards conduits par de nombreux reports de l'événement. Le projet nécessitait entre 5-6 mois de préparation mais malheureusement, ce processus a été fortement fragilisé par la pandémie du covid-19 conduisant à plusieurs changements de date.

##### - Processus de management des coûts

Manager des coûts lors d'un projet peut garantir la réussite ou l'échec de ce dernier par conséquent, le chef de projet se doit de bien manager ses coûts ou attribuer cette tâche à une personne plus compétente que lui pour le faire. En ce qui concerne le projet

IMPEX2020, les couts ont bien été gérer durant la phase avant covid-19 et moins bien après.

- Processus de management des parties prenantes

Chaque partie prenante a un rôle bien définis dans un projet mais le fond reste le même, ils influencent positivement ou négativement le projet. Ils diffèrent selon le profil de chacun, par exemple nous dis le manager événementiel de l'entreprise : « le rôle de l'équipe de travail c'est la planification et la réalisation, celui des promoteurs c'est le financement et investissement et celui des clients, c'est la participation et l'achat »

- Processus de management de la communication

Evidemment, la communication a été managée par un directeur de communication qualifié, un chargé de communication et une équipe informatique. Elle a bien été prise en considération et contrairement aux autres cellules elle ne manquait pas de personnel.

- Processus de management des ressources humaines

Comme l'entreprise possède des cadres permanents et recrute le reste selon son besoin. L'entreprise ne possède pas de DRH, le directeur commercial s'est chargé lui-même de définir les taches du personnel recruté pour le salon. Autrement les postes ont été comblés par les capacités propres à chacun.

- Processus de management des risques

Les risques ont été étudiés en visant à réduire la probabilité d'échecs et d'incertitude de tous les facteurs peuvent affecter le projet. Des actions ont été mises en place afin de permettre au projet de ne pas rencontrer d'annulation, cela s'est fait après plusieurs discussions lors de la phase de planification.

## 5. La matrice SWOT

Nous avons demandé aux interviewers de citer une menace, une opportunité, une force et une faiblesse de l'entreprise par rapport au projet IMPEX2020 et voici ce qu'il en est sorti.

La plus grande menace pour l'entreprise et son projet de 2020 concerne les éléments externes sur lesquelles elle n'avait pas le moindre contrôle tel que la réquisition du lieu de l'événement par une haute personnalité publique de l'état ou une pandémie tel que c'est le cas avec celle du covid-19. L'opportunité pour les planificateurs consiste à gagner en notoriété sur le marché et sur un aspect financier, réalisation son chiffre d'affaire. Par rapport au projet l'entreprise a une grande force de savoir-faire et capital expérience et enfin sa plus grande faiblesse demeure le manque outils de planification et de force de vente.

Donc au final, les répondants sont catégoriques, la phase de planification est indispensable, c'est une étape primordiale et incontournable du projet. La plus longue et la plus déterminante de l'échec ou la réussite de ce dernier.

### 4.2. Questionnaire destiné aux participants au salon IMPEX 2020

A travers ce questionnaires nous avons sélectionnés trois (03) entreprises participantes au salon afin d'avoir un point de vu externe vis-à-vis du salon mais qui reste lié à la planification événementielle.

\_ Par quel canal avez-vous entendu parler du salon IMPEX 2020 ?

Les participants ont entendu parler de l'évènement par différents types de canaux tel que la prospection, les réseaux sociaux, l'e-mailing, les entretiens téléphoniques ou encore les missions diplomatiques pour le cas des ambassades africaines participantes au salon.

\_Quelles sont les raisons qui vous ont motivés à participer à ce projet ?

Grace à ce questionnaire nous avons pu découvrir que les raisons de participation diffères d'une entreprise a une autre, par exemple se faire connaitre sur le marché africain, marquer la présence de l'entreprise en tant qu'un exportateur algérien ou juste attirer de

nouveaux prestataires et partenaires mais la raison principale reste toujours la participation dans le cadre de la coopération économique et commerciale Algérienne dans d'autres pays africains.

\_ Que pensez-vous de la communication et la commercialisation du salon ?

Parmi les points forts de la planification de l'entreprise selon les participants, c'est le plan de communication, l'ensemble des participants interviewés se sont mis d'accord sur la clarté des informations communiqués par la SEE et la facilité de pouvoir revenir vers l'entreprise en cas d'ambiguïté.

Cela dis la commercialisation du salon paraît être trop classique malgré son efficacité, les participants auraient souhaité avoir accès aux informations liées à l'évènement sur le volet Digital.

\_ Selon vous quelles sont les difficultés de la planification dans ce type de projet ? Qu'elles sont vos suggestions ?

Les participants ont estimés que la durée de planification d'un projet événementiel tel que le salon IMPEX2020 exige 06 mois minimum, ce qui conduit à penser que cela n'est pas suffisant et peut engendrer des difficultés tel que le respecter les délais de réalisation ,l'augmentation des couts, la disponibilité du besoin en matériel (logistique nécessaire pour l'évènement) et leur plus grande crainte, combler le salon par des organismes exportateurs à l'aide de l'export et non les opérateurs économiques.

Cela n'a pas empêché les participants de nous suggérer quelques recommandations afin d'améliorer la planification d'un projet événementiel selon leurs expériences en tant que participants :

- Utiliser des plateformes Digital & IOT pour mieux gérer l'organisation.
- Utiliser des logiciels pour mieux gérer les couts et les délais.
- Avoir recours aux prestataires de services.

## 5. Discussion

L'approche interprétative s'est avérée être un choix approprié dans le cadre de notre étude. Les deux questionnaires nous ont permis de recueillir plus d'informations que dans le cas d'un seul questionnaire ou de l'utilisation d'une grille d'entretien seulement. En effet, le second questionnaire relatif aux participants du salon IMPEX2020 nous a permis d'approfondir les résultats obtenus à travers le premier, en enrichissant les données et ultimement la discussion. Ces deux questionnaires nous ont également permis de vérifier la fidélité et la validité des données. De plus la méthode qualitative nous a permis d'effectuer une étude empirique sur un contexte et des variables peu étudiées. En 1996, un chercheur du nom de Rousseau vient supporter cette constatation en ajoutant que « *certaines recherches permettent, de faire la conjonction entre la pratique et la recherche en gestion. De la sorte, on peut dire que la recherche se trouve enracinée dans le réel, soucieuse de savoir ce qui vit et d'en tenir compte* »

### 5.1. Analyse des principaux résultats

Il s'agit dans cet élément d'analyser et interpréter les éléments recueillis précédemment afin de les vérifier, les infirmer ou les confirmer.

Premièrement, Malgré les quelques divergences des gestionnaires du projet IMPEX2020 au sujet de la définition des processus de planification, on constate qu'il n'en reste pas moins pertinent que la planification a un impact de masse sur la réussite du projet. Le processus de management de la ressource humaine en tant que facteur clé de la planification comprend l'implication des employés dans l'entreprise et le projet.

Pour ce fait, nous avons constaté que l'absence de directeur des ressources humaines a eu une répercussion négative nettement constatable, suite aux réponses des interviewers au sujet du manque d'effectif dans l'entreprise pour la planification et réalisation du salon.

Nous ne pouvons malheureusement pas vérifier que cela pourrait détériorer l'image de l'entreprise une fois le projet réalisé mais nous pouvons affirmer que cela a eu un mauvais impact sur la planification du salon. Certaines cellules, comme la cellule

commerciale de l'entreprise et la cellule événementiel elle-même se sont retrouvées fragiliser par le manque de personnel.

Deuxièmement, les membres de l'équipe de planification, les promoteurs et les participants eux-mêmes ont tous attestés que l'entreprise devait employée des outils liés aux processus de gestion tel que des logiciels adaptés à la gestion de projet. Et au mieux à la gestion de projet événementiel.

Les trois processus qui sont le plus revenus dans les réponses des répondants sont : la ressource humaine, les couts et les délais.

Les suggestions faites à ce sujet étaient ; le recrutement de personnel qualifié, l'utilisation de logiciel de gestion pour un contrôle plus aisé des couts et des détails. À travers les réponses aux questions n° 2, 4, de 14 à 20.

Troisièmement, les réponses récoltées auprès de nos interviewés nous on permit de confirmer que les outils et les méthodes de planification du management de projet sont insuffisamment exploités au sein de la Stall Expo Event. Malgré cela l'entreprise a ses propres méthodes de planification, résultant d'une grande expertise sur le terrain ainsi nous appelons cela la méthode des experts.

A travers nos observations, nous avons constaté que les planificateurs discutent et prennent les décisions ensembles lors de nombreuses heures de conversation, aboutissant la plupart du temps a bon nombre de changement mais au final, leurs expériences passées sont leur plus grand moteur de motivation. Ce processus décisionnel fonctionne effectivement mais il comprend bon nombre de limite dont la prise en compte des risques liés au projet.

A présent, nous discutons les liens entre les principaux éléments étudiés. Les concepts et leurs relations sont cependant interprétés dans une perspective exploratoire, du aux limites méthodologique.

Les éléments présentés dans ce chapitre nous mènent à la conclusion de l'étude. Le dernier chapitre fait le lien entre les résultats et les implications a la recherche ainsi que la pratique.

## 5.2. Limites et recommandations

Toute recherche comporte naturellement un certain nombre de limite, comme c'est le cas dans notre étude. Les limites que nous avons pu noter concernant les processus de planification de l'organisation du salon IMPEX2020 se résume comme suite :

Premièrement, le budget. En effet, le budget représente un risque aussi bien pour l'entreprise que pour le projet et une mauvaise planification de ce dernier pourrait causer de grave dommage aux deux éléments cités. Un faible taux de participation, un manque de commanditaire ou encore une absence de profit sont les risques généralement cités concerne le management des couts. Le budget du gestionnaire peu différé du budget du projet. Nous ne constatant que le secteur de l'événementiel fait appel à l'autofinancement bien plus que les autres secteurs de projet. C'est pourquoi les gestionnaires de projet doivent faire en sorte que les dépenses soient toujours adéquates aux revenus. Par exemple, accroitre la promotion tardivement en réaction à un faible taux de participation représente une grande perte pour l'entreprise.

Deuxièmement, le lieu. En effet, la, non disponibilité des salles ou le manque d'accessibilité au lieu de l'événement représente un défi important de la planification et un élément stratégique pour le projet. Néanmoins, en cas d'indisponibilité de la salle, il est recommandé à l'entreprise de posséder un contrat de dédommagement pour le retard, le report ou l'annulation. En effet, on ne peut jamais savoir quand est-ce qu'une haute personnalité politique tel qu'un ministre, choisi de réquisitionner la salle choisie par le chef de projet.

Troisièmement, le temps. En effet, le processus de management des délais également peu constituer une limite au projet pour la simple raison que le temps est intrinsèquement reler au budget, un allongement des dates aura un impact direct sur les budgets du projet.

Quatrièmement, les cas de force majeure. Ce sont des éléments externes sur lesquels l'entreprise n'a pas la moindre influence. Par exemple, les pandémies telles que c'est le cas pour l'année 2020 avec le covid-19.

L'annulation des vols lorsque le projet concerne des intervenants étrangers. Le changement des horaires de vols, sont des éléments que les planificateurs doivent prendre

en considération lors de la phase de planification afin de gérer ces situations de façon logique et plus efficace. En effet, le processus de management des risques comprend les recommandations nécessaires telles que des mesures préventives, des mesures de contingences ou encore des mesures défectives auxquels les gestionnaires de projet peuvent recourir pour minimiser les dommages.

Ces limites comme vous pouvez le remarquer sont toutes liées aux processus de planification des projets événementiels. En effet chaque processus fait face à des limites qu'il combat grâce à des outils et des méthodes appropriés en relation avec les recommandations faites à chaque risque possible et précédemment mentionné.

Mais notre étude ne contient pas que des limites liées à la thématique, il y a en effet des limites liées à la nature même de l'enquête. Dans les écrits scientifiques consultés, il n'y avait aucune définition précise du terme « approche méthodologique ». Cependant, nous avons constaté qu'il se distingue de celui de « méthode » car en effet, la méthode renvoie aux moyens utilisés pour la collecte et l'analyse des données, alors que la notion méthodologique est plus large, ainsi qu'elle est étroitement liée aux choix théoriques et épistémologiques de la recherche.

Par conséquent, l'avantage majeur de l'approche qualitative est qu'elle a permis de souligner le rôle important de la planification dans les pratiques de gestion de projet et dans la contribution à l'amélioration des processus de planification, identifier comme des variables efficaces pour les projets événementiels. Par contre, les analyses dans cette approche font abstraction du contexte de réalisation des comportements maîtres et considèrent que les processus de planification sont réductibles à certains comportements. Cette approche fait une explication de causalité linéaire. C'est-à-dire qu'une cause provoque un effet. Un autre désavantage de cette approche réside dans la généralisation des résultats obtenus.

L'approche interprétative, quant à elle fait émerger une riche littérature critique qui met en avant ses avantages et ses inconvénients. Les chercheurs en sciences sociales d'étendus variés disent dans la majorité des cas que l'approche interprétative de la gestion de projet fait recours à des méthodes qualitatives, alors qu'il n'y a aucune raison pour qu'elle ne fasse pas appel à des analyses et des expériences quantitatives. Les sciences sociales interprétatives sont souvent caractérisées par des objets d'études spécifiques

comme la construction du sens ou par des méthodes de recherche particulières comme l'analyse de texte. Selon les philosophes de l'approche interprétative, les sciences sociales ne peuvent prendre les sciences naturelles comme modèles. Contrairement au monde naturel, la vie humaine est intentionnelle, holiste et historique<sup>50</sup>. Elle ne suit pas une seule logique mais plusieurs.

Nous pouvons à présent en venir à l'entreprise. En effet, une des plus grandes faiblesses de l'entreprise Stall Expo Event, nous l'avons compris à travers notre stage et les réponses des interviewers, n'est autre que le manque d'utilisation d'outils et logiciels adapté à la gestion de projet et le manque d'effectifs qui handicap quelque peu l'activité d'organisation du salon IMPEX2020. En effet, la nature des questionnaires a permis de garder l'objectivité de la recherche face aux réponses des répondants grâce à des questions semi-directives et directives dans les deux questionnaires. Ainsi, les répondants n'étaient plus limités que par rapport à la nature de leur propre définition des concepts. Pour cela nous recommandant de faire la collecte des données en personne lorsque c'est possible dans le but d'enrichir les résultats de vos études. Enfin, l'échantillon que nous avons, été limité, sur un territoire donné et au sein d'une seule entreprise appartenant à une industrie spécifique.

Pour résumer, l'étude est associée à la nature rétrospective de l'enquête. Les résultats de l'étude sont tributaires de la perception des gestionnaires de projet de l'entreprise d'accueil. Les gestionnaires de projet ont peut-être une perception plus directe de la planification événementielle. Il se peut que les résultats aient différés si nous n'avions pas interrogé la majorité des membres de l'équipe de planification du projet et quelques clients.

La définition de certaines variables telles que le budget et la ressources humaine constituerait une faiblesse de notre étude. Cependant nous voulions laisser un maximum délibéré aux experts afin qu'ils puissent s'exprimer sur les différentes questions et nous avons cru qu'imposer un certain nombre de définition risquaient de restreindre les répondants et influencer leur jugement. Nous avons d'ailleurs remarqué que les processus de planification n'étaient pas compris de la même manière par les membres de l'équipe de planification et les promoteurs du salon et encore moins par les participants du salon ayant

---

<sup>50</sup><https://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2013-3-page-603.htm>

été questionnés. Nous avons observé que le manque de familiarité avec certains concepts aurait pu biaiser les réponses des répondants, en les amenant à minimiser l'importance des processus clés ou de mal évaluer leur degré d'importance.

Nous avons donc adapté la méthode et administré les questionnaires en personne afin de recueillir le maximum d'information. Le but des rencontres étant d'accélérer le processus de collecte de données, d'intéresser les répondant à l'étude, via des échanges de nature informelle. Cependant, il y a eu des répondants qui ont répondu au questionnaire de façon électronique et nous avons remarqué que les questionnaires en question comportent moins d'information que les autres.

Enfin, comme le souligne Gordon en 1994, l'approche interprétative compte généralement peu de répondants et ne cherche pas à produire des résultats statistiquement significatifs.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> M.Gordon, 1994. Guide d'élaboration d'un projet de recherche. 3eme ed. Revue et augmentée. © Presses de l'Université Laval. Tous droits réservés. Dépôt légal 1er trimestre 2017. Consulté le 21/08/2020

# **Conclusion**

## CONCLUSION

Enfin, ce chapitre conclut notre mémoire avec une brève discussion autour des implications de cette étude dans le monde de la recherche et de la pratique en gestion de projet. Finalement, nous achèverons cette partie avec un bref rappel des principaux résultats de l'étude et une réponse à la problématique dans un épilogue.

La première implication concerne la pertinence de l'étude dans un contexte de projets d'organisation de salons économique. Jusqu'à présent, peu d'études visent à approfondir les connaissances reliées à la gestion de projet dans le domaine de l'événementiel et encore moins le font de façon empirique en Algérie. Dans le cadre de notre recherche nous nous sommes beaucoup inspirés de l'étude de Hartman et al (1998) qui se penchent sur les particularités des pratiques de gestion dans le secteur de l'événementiel et leurs relations avec les pratiques de gestion du management de projet traditionnel. En effet, notre étude se distingue par le choix du contexte spécifique des salons économiques plutôt que celui de l'industrie du divertissement, plus large et plus connue. L'apport de notre étude provient surtout de l'introduction significative de la notion d'amélioration des processus de planification au sein de ce secteur particulier. Par ailleurs, il serait intéressant et peut être plus adéquat de poursuivre la recherche en utilisant un échantillon plus vaste ou en variant la nature des projets événementiels pour faire une comparaison des résultats.

La seconde implication concerne la pertinence de notre étude. En effet nous n'avons pas seulement été observateur de l'organisation de ce salon, nous avons également fait partie de l'équipe de planification. Ainsi, nous avons pu constater la liaison qui existe entre le management de projet que nous avons étudié et le management de projet événementiel tout en nous intéressons aux processus de planification de ce type de projet. Aussi, de nombreuses études s'intéressent à la réussite d'un projet et non pas à l'importance de la phase de planification uniquement. Par ailleurs, nos résultats suggèrent la présence d'un lien entre la vision du gestionnaire de projet, et les processus de planification. La variété des recherches sur l'univers de l'événementiel, nous pousse à recommander un élargissement de la recherche sur d'autres volets tel que les risques, analyse quantitative et

les autres phases du projet. Ainsi il ne s'agira plus de savoir planifier les projets événementiels mais de maîtriser les bases de la planification de projet en général. Car en effet, la compréhension des processus de planification va mener à la réussite de la planification et donc à celle du projet.

Nous concluons ce mémoire avec un rappel de notre thème de recherche, soit la contribution à l'amélioration des processus de planification des projets événementiels en Algérie, dans le cadre du projet d'organisation du salon inter africain d'import-export « IMPEX2020 ». Les liens entre nos résultats et les processus de planification vont, finalement, bien au-delà des réponses faces aux processus de planification. Le concept « d'amélioration » englobe en effet, les principales conclusions de notre étude. Ce qui est amélioré est par définition opposé au mode statique et traditionnel, il signifie un développement positif. Dans le cas de la planification événementielle, les processus doivent être coordonnés à des outils et logiciels de gestion modernes. Facilitant la compréhension des processus a toutes les parties prenantes du projet intéressées.

Certaines agences événementielles peuvent concevoir leurs propres méthodes, comme c'est le cas de la Stall Expo Event car la planification naît de la vision stratégique du gestionnaire de projet, cela confirme que dans le cadre de cette étude, l'échantillon composé de membre de l'équipe de planification, de promoteurs et de participants sont indissociables aux répondants.

## Références Bibliographiques

### Livre

ADAM, 2001, « *la performance, l'innovation et la motivation des équipes sont favorisée par une logique* ».

ADAM, Raoul. 2001. « Un facteur de performance pour les organisateurs par projets », la cible, no.88, p.8-11.

ANGERS Maurice. 1996, p 102. « Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines », édition Casbah.

Anne-Catherine Lahaye, une experte en communication dans son livre « Organiser un événement, une expérience à vivre » sorti en 2016

ANGERS Maurice. 1997 page226, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, éd CASBA, Alger

BABKINE Anthony et ROSIER Adrien, 2011 « Réussir a organisé un événement » ed, Eyrolles.

BERMAN et al.,. 1999 ; BUYASSE et VERBEKE, 2003. BOIRY, 2003; DAGENAIS, 2005; LASKIN, 2009; PLOWMAN, 1998, BRETANI. 2001. « *planifier dans un environnement complexe* »

BLANCHET Alain et COTMAN Anne, 2014, p7 « *l'enquête et ces méthodes, l'entretien harmonie colin* »,2 ème édition Casbah Université.

Bretani en 2001, et incertain de Stickel, 2001 ; Chapman et Ward, 2000 ; Bailey 1998 ; Lu et Wang, 1997. « *Planifier dans un environnement complexe* »

BROKE Jean Claude, directeur de mission senior et Xavier LEYNAUD manager de projet.

CHAPMAN et WARD, 2000 ; Bailey 1998 ; Lu et Wang, 1997. « *La préoccupation du temps* » avec Cooper et Edhett en 2000 ;

CLAVEAU Philippe. 2015, p270 « *Management de projets événementiels* ». Collection : Gestion en + Éd ; Presses universitaires de Grenoble.

COOPER et EDHETT, 2000, La préoccupation du temps avec

D. Davidson, 1980, *Essays on Actions and Events*, Oxford, Clarendon Press.

DRUCKER Godard et al., 1999 « la gestion de projet »

DUMAS, 2010. Ses processus s'intègrent dans une perspective de gestion des planificateurs, près des pôles décisionnels.

ECOSIP En 1993,. « *le management de projet* »

ELLEGO Jean,12 mars 2018. « *le lièvre et la tortue expliqué aux chefs de projet* » <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/la-fable-du-lievre-et-de-la-tortue-a-lerc-des-start-up-131246>. Consulté le 18 mars 2020ELLEGO Jean et nomme son livre « *le lièvre et la tortue expliqué aux chefs de projet* »

G. Deledalle, 1990, 217 pages Lire Peirce aujourd'hui, Éditions universitaires -DeBoeck Universités, Bruxelles

HARTMAN et al. 1998 « *les pratiques de gestion de projet dans l'industrie de l'événementiel et celles des secteurs a caractères plus technique.* »

HARTMAN, Francis, 2000. Don't park your brain Outside, Newtown Square, Pennsylvania, *project management institute*, 407-pages.

HARTMAN, Francis, Rafi ASHARAFI et George JERGEAS.1998. "Project management in the live Entertainment Industry: what is different?", *International Journal of project management*, vol.16, no5, p.269-281

HARTMAN, Francis. 15-16 mai 1997. « S.M.A.R.T.projet management », *actes de la conférence sur le leadership en construction et en génie*, calgary. P.105-114.

HUNT Grunig, 1984, la communication événementielle et Grunig et Dozier (2002), le modèle managérial et ses différents publics.

LARCUS, 2001 ; JAAFARI, 2001 PENDER, 2000, BARKI et al, 1992 arcus en et la gestion des risques.

LEROY, Daniel. 1996. « fondements et impacts du management de projet », *Revue internationale en gestion et management de projets*, vol.3, no.1, p.5-45.

LU, His-Png et Jyun-Yu WANG. 1997. « the relationships between Management styles user participatio and Success Over MIS Growth stages », *information and management*, vol.32, no.1, p203-213.

M. Bevir, D. Richards (eds), « Decentring Policy Networks » *Public Administration*, 88 (1), 2009 ; M. O'Brien, A. Atkinson, D. Bruton, A. Campbell, A. Qualter, T. Varga-Atkins, « Social Inclusion and Learning Networks: " A Wider Notion Of Learning" or Taking Things a Different Direction », *Research Papers In Education*, 24, 2009, P.57-75.

M.Grawitz, "méthode des sciences sociales"1964. 11eme Ed Eyrolles

MACE Gordon et PETRY François, 2000. 4 .guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales, 3e édition de Boeck, Laval,

MAYS et POPE, 1995, page 43.MILES et al., 2014, p.12 MORIN, " vérité et réalité",1990 p57.

MIDLER en 1996, « *l'activité d'un projet en sept (7) points* »

MORIN, Etelle, Michel GUIDON et Emilio BOULIANNE. 1996. Les indicateurs de la performance, Montréal, Guérin, 167 pages.

NOLLET, Jean, Joseph KELADA, Mattio O. DIORIO et collaborateurs. 1994. La gestion des opérations et de la production, 2eme édition, Boucherville, Gaetan Morin éditeur, 682 pages.

Pierre Paillé, (2006) Voir *Premiers Analytiques*, II, 25 sqq.

Pierre-Jean Barlatier. (2018), pages 126 à 139. *Dans Les méthodes de recherche du DBA*. Chapitre 7. Les études de cas

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. 1998. Management de projet, un référentiel de connaissances, project Management Institute chapitre français, Paris, AFNOR, 265 pages.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. 2000. a Guide to the Project Management Body Of Knowledge, *Project management institute standards committee*, 216 pages.

PROVENCHER Alexandre, octobre 2013, « *vers une approche sociale ou managériale des relations publiques? Le cas du printemps érable* » université du Québec à Montréal, PDF

RENAUD, Jacques. 2000. *Le management d'événement*. Montréal, les éditions Transcontinental inc., 222 pages

Sachs et Maurer, 2009, Waddock, 2004 ; Surroca et al., 2010. Stickel, (2001). *Planifier dans un environnement incertain*.

SAUVE Mathieu et MAISONNEUVE, 2004 p4, l'approche managériale.

TIERCELIN Claudine, 1993, p. 96. *C. S. Peirce et le pragmatisme*, Paris, puf,

VAUCLARE Claude. 2009, p8 « *LES ÉVÉNEMENTS CULTURELS : ESSAI DE TYPOLOGIE* » Éd ; Département des études, de la prospective et des statistiques. Collection : Culture études | CE-2009-3

## Revues

Anthony Babkine Adrien Rosier. (2011). « *Réussir l'organisation d'un événement* » Groupe Eyrolles, ISBN : 978-2-212-55244-7

Anton Zandhuis, Paul Snijders et Thomas Wuttke « un compagnon de poche du guide PMBOK du PMI » 5eme édition 2017

Coline BLAIZOT (23 novembre 2018) Pourquoi travailler dans l'événementiel ? <https://www.evenement.com/guides-professionnels/formation-emploi/pourquoi-travailler-evenementiel/>

Eva Sandri, « *La sérendipité sur Internet : égarement documentaire ou recherche créatrice ?* », *Cygne noir*, n° 1, 2013 (ISSN 1929-090X, lire en ligne)

Franck Brulhart et Sandrine Gherra (16-2 - 2013) *Management des parties prenantes, pro-activité environnementale et rentabilité : le cas du secteur des produits de grande consommation en France* <https://journals.openedition.org/fcs/1336>

Frederik Nielsen (mai 23, 2019) *10 Avantages des Évènements d'Entreprise* <https://billetto.fr/blog/10-avantages-des-evenements-dentreprise-et-comment-ils-peuvent-stimuler-votre-entreprise/>

Grandmont, (1997). « *Structure détaillée de fractionnement des tâches type pour les projets événementiels. Planification, organisation, suivi et contrôle de projet, notes de cours inédites* » Département des sciences de la gestion, Université du Québec à Trois-Rivières.

Guide du PMBOK, PMI version 2017 *project Management Institute*  
Marie Dupin de Saint-André, Isabelle Montésinos-Gelet et Marie-France. (Volume 13, numéro 2, 2010) « *Avantages et limites des approches méthodologiques utilisées pour étudier les pratiques enseignantes Mori* » <https://www.erudit.org/fr/revues/ncre/2010-v13-n2-ncre0713/1017288ar.pdf>

Mark Bevir, « *Une approche interprétative de la gouvernance, Intentionnalité, historicité et réflexivité* » Dans *Revue française de science politique* 2013/3-4 (Vol.63), pages 603 à 623

Par Laurent Dufour, (le 12/03/2020) *Le SWOT : Définition, Méthode Et Exemple* <https://www.leblogdudirigeant.com/analyse-swot>

Pierre-Paul MORIN Professeur, Université du Québec en Outaouais et André GBODOSSOU Professeur, Université du Québec en Abitibi. Intitulé modèle en deux temps, cinq processus.

Quentin Joachimiak Clémence Le Carre Kévin Razakatiana Emma Ribeiro (2016 / 2017) « *Approche historique et sociologique du secteur de l'événementiel* » université paris Descartes.

Tramway de Québec et de Lévis – Étude de faisabilité – Lot 3 Analyse des risques du projet Lot 3 – Livrable 4.4- le consortium

## Mémoires

Kalidou KY (Promotion 2010- 2011) « *INCITATION DES POPULATIONS A UNE MEILLEURE PARTICIPATION AUX PROJETS ET PROGRAMMES DE DEVELOPPEMENT : CAS DU PROGRAMME DAPPUI AUX FILIERES AGRO-SYLVO-PASTORALES (PAFASP)* »

LAIDI Maciva et MOHAMADI Lynda. (2018/2019). « *Les apports de la communication événementielle dans les entreprises*. Cas d'étude : Entreprise portuaire de Bejaia » Université Abderrahmane Mira de Bejaia

Eve Perron, (avril 2003) « *étude des réponses faces aux risques dans le cadre de projets d'organisation de congrès* » HEC Montréal

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À RIMOUSKI (Février 2012) « *LES OBSTACLES À LA MIXITÉ DANS LE MANAGEMENT DE PROJETS* ». Mémoire présenté dans le cadre du programme de maîtrise en gestion de projet en vue de l'obtention du grade de maître ès sciences

Josée Goulet. (septembre 2016). « *Alignement stratégique et gestion de projet: l'art de la priorisation* » HEC MONTRÉAL Affilié à l'Université de Montréal

### Site internet

[http://www.laboress-afrique.org/ressources/assets/docP/Document\\_N071.pdf](http://www.laboress-afrique.org/ressources/assets/docP/Document_N071.pdf)

<http://www.lemotdujour.com/francais/finalite-but-objectif/>

<https://www.blogdumoderateur.com/astuces-excel/>

<https://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2013-3-page-603.htm>

<https://www.etudier.com/dissertations/Article-Morin-Gbodossou-Les-Outils-De/342237.html>

<https://www.evenement.com/guides-professionnels/definitions/definition-evenementiel/>

<https://www.manager-go.com/gestion-de-projet/dossiers-methodes/construire-un-reseau-pert>

<https://www.manager-go.com/gestion-de-projet/dossiers-methodes/qoqocp>

<https://www.manager-go.com/strategie-entreprise/dossiers-methodes/diagnostic-strategique-swot>

<https://www.manager-go.com/strategie-entreprise/matrice-bcg.htm>

[https://www.memoireonline.com/08/15/9245/m\\_La-communication-institutionnelle-des-entreprises-etablissements-et-services-publics-en-RDC1.html](https://www.memoireonline.com/08/15/9245/m_La-communication-institutionnelle-des-entreprises-etablissements-et-services-publics-en-RDC1.html)

<https://www.nutcache.com/fr/blog/difference-entre-enjeux-et-objectifs/>

<https://www.petite-entreprise.net/P-2196-81-G1-organigramme-definition-et-role.html>

<https://www.petite-entreprise.net/P-2196-81-G1-organigramme-definition-et-role.html#:~:text=L'organigramme%20est%20une%20repr%C3%A9sentation,au%20sein%20d'une%20structure.>

# **Annexes**

**Annexe A- Guide d'entretien destiné à l'équipe de planification du projet IMPEX2020 :**

Guide d'entretien destiné à l'équipe de planification et les promoteurs du salon IMPEX2020

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Date                                  | __/__/____  |
| Données personnelles                  | <p>Nom et prénom :.....</p> <p>Sexe :.....</p> <p>Âge :.....</p> <p>Fonction:.....</p>  |
| Présentation de la recherche          | <p>1-Le sujet de notre mémoire est la contribution à l'amélioration des processus de planification d'un projet événementiel en Algérie.</p> <p>Avec cette étude, nous voudrions faire une analyse statistique entre les réponses récoltées lors de plusieurs entretiens pour trouver des réponses au thème abordé.</p>  |
| Question principale de la recherche   | <p>2-Comment améliorer les processus de planification d'un projet événementiel en Algérie ?</p> <p>.....</p> <p>.....</p>   |
| Questions secondaires de la recherche | <p>3-Quels sont les processus de planification d'un projet événementiel ?</p> <p>.....</p> <p>4-quelles sont les lacunes de la planification des projets événementiels au sein de l'entreprise Stall Expo Event ?</p> <p>.....</p> <p>5-quelles sont les mesures à prendre pour améliorer les processus de la planification des projets événementiels au sein de l'entreprise Stall expo Event ?</p> <p>.....</p> <hr/> <p>6-Pouvez-vous nous dire ce que vous entendez par la planification événementielle ?</p> <p>.....</p> <p>7-Pouvez-vous nous citer un exemple d'événement important auquel votre entreprise a participé ou a organisé ?</p> <p>.....</p> <p>8-Est-ce que la Stall Expo Events exerce le sponsoring ?</p> <p>.....</p> <p>9-Dans une entreprise prestataire de service comme le cas de</p> |

|                |   |
|----------------|---|
|                | <p>l'entreprise, Quelle importance attribuez-vous à la planification événementielle ?</p> <p>.....</p> <p>10-Comment évaluez-vous la planification d'événements auxquels la SEE a participé ou a organisé ?</p> <p>.....</p> <p>11-Quelles sont les étapes à suivre pour planifier ce genre de projet ?ou quelles étapes la SEE a-t-elle suivi pour la planification d'IMPEX2020 ?</p> <p>.....</p> <p>12-Comment la participation des acteurs de l'entreprise a été prise en compte durant la phase de planification ?</p> <p>.....</p> <p>13-Quels étaient les difficultés rencontrées lors de ces étapes ?</p> <p>.....</p> <p>14-Quelles conditions faut-il remplir pour bénéficier de projets dans l'événementiel ?</p> <p>.....</p>                                       |
| Processus clés | <p>15-Considérez-vous que le management du contenu du projet a bien été planifier avant le lancement du projet?</p> <p>.....</p> <p>16-considérez-vous que les délais ont bien été planifiés ?</p> <p>.....</p> <p>17-selon vous quel est l'importance du management des couts du projet dans la phase de planification ?</p> <p>.....</p> <p>18-quel est le rôle des parties prenantes du projet selon vous?</p> <p>.....</p> <p>19-le management des ressources humaines de l'entreprise c'est fait selon quels critères ?</p> <p>.....</p> <p>20- qu'en est-il du management de la communication ? a-t-il été pris en considération dans la phase de planification du projet ?</p> <p>.....</p> <p>21- Avez-vous fais un plan pour la gestion des risques ?</p> <p>.....</p> |
| SWOT           | <p>22-Selon vous quelles sont les menaces, opportunités, force et faiblesses notables lors de la planification de projets événementiels ?</p> <p>.....</p> <p>.....</p>   |
| Solution       | <p>23-Est-ce que la planification facilite effectivement l'organisation d'un projet ?</p> <p>.....</p> <p>.....</p>   |

**Merci pour votre collaboration !**

**Annexe B - questionnaire destiné aux participants du salon IMPEX2020**

Nom et Prénom : .....profession : .....

**PARTICIPATION AU SALON**

1-Par quel canal avez-vous entendu parler du salon IMPEX 2020 ?  
.....

2-Quelles sont les raisons qui vous ont motivé à participer à ce projet événementiel ?  
.....

3-Que pensez-vous de la communication vis-à-vis du salon ?  
.....  
.....

4-Que pensez-vous de la commercialisation du salon ?  
.....  
.....

5-Selon vous combien de temps faut-il pour planifier ce genre de projet ?  
.....

6-Selon vous quelles difficultés la planification peut-elle rencontrer dans ce type de projet ?  
.....  
.....

7-Avez-vous des suggestions à faire concernant la planification de projet événementiel ?  
.....  
.....

**Merci pour votre collaboration !**