

Rapport du projet de communication :
Organisation d'un concert caritatif
IUP GMI 2 - Année 2006

Ammar Chelkia
Antoine Demonte
Mehdi Ghilaci
Guillaume Libersat
Cécile Vénéziani
Thi Minh Phuong Nguyen

1er Juin 2006

Table des matières

1	Naissance du projet	3
1.1	L'idée	3
1.2	Attentes et objectifs	3
1.3	Enjeux	4
2	DADVSI	5
2.1	Le projet de loi	5
2.2	L'initiative EUCD.info	6
3	Cheminement du projet	7
3.1	Recherche d'une salle	7
3.2	Sélection d'une association	8
3.3	Sélection des groupes	8
3.4	Subventions	8
3.5	Partenariat de communication	9
3.6	Site Internet	9
3.7	Tout est prêt	9
4	Analyse des résultats	10
4.1	Sur le plan qualitatif	10
4.2	D'un point de vue quantitatif	10
5	Apports professionnels	11
5.1	Savoir gérer son temps	11
5.2	Prendre des initiatives	11
5.3	Une communication à toute épreuve	11
5.4	Le travail en groupe	12
6	Bilan-conseil	13
6.1	Bien débiter	13
6.2	Trouver l'association	13
6.3	Inviter des groupes	14
6.4	Viser juste	14
6.5	Être en règle	14

6.6 Conclusion	15
--------------------------	----

Chapitre 1

Naissance du projet

1.1 L'idée

L'idée initiale de ce projet était de réunir de jeunes artistes dans le but d'à la fois les faire connaître et de récolter des fonds pour une cause.

Ce projet nous semblait intéressant sur de nombreux points. En effet, même si à première vue cela peut paraître simple, monter une telle machine nécessite la mise en oeuvre de nombreuses compétences.

C'est pourquoi, nous avons décidé qu'il s'agissait d'une excellente occasion de mêler passion et défis : nous allions réaliser un projet moteur pour nous, tout en étant conscient que le chemin ne serait pas tout tracé.

1.2 Attentes et objectifs

Du côté de l'équipe, nos attentes principales étaient :

- D'abord de concrétiser nos engagements avec les artistes ;
- Ensuite réussir à communiquer envers un public ;
- Enfin, collecter un maximum de fonds pour l'association choisie.

En ce qui concerne nos tuteurs, l'attente devait être quantitative.

C'est pourquoi, le choix s'est porté sur :

- Le nombre de places vendues ;
- La somme recueillie lors de cette soirée ;
- Les fonds reversés à l'association ;
- Le prix de l'entrée ;
- Le nombre de partenaires ;
- Le nombre de pré-réservations ;
- Le nombre de lieux couverts (publicité) ;
- Le nombre de flyers, affiches, radios, etc.

1.3 Enjeux

Bien que les enjeux semblaient être bien définis au départ, on peut affirmer qu'ils ont évolué au long du projet.

En effet, nous avons remarqué que l'ensemble des artistes que nous avons sélectionnés étaient des groupes qui souhaitent garder leur indépendance vis-à-vis des maisons de disques, voire créer de la musique libre.

Ceci réuni avec le contexte politique du moment a fait que nous avons décidé de diriger ce concert vers un symbole, certes infime, contre le projet de loi DADVSI.

En effet, en tant qu'informaticiens et musiciens, notre cheval de bataille du moment n'était autre que la résistance à cette loi. C'est pourquoi nous avons choisi l'initiative EUCD.info comme association et avons décidé de placer ce concert sous l'étandard de la culture libre.

Nous avons donc à présent nos précédents objectifs auxquels venait s'ajouter l'objectif de réussir une sensibilisation sur les dangers de ce projet de loi.

Chapitre 2

DADVSI

2.1 Le projet de loi

Ce projet vise en premier lieu à autoriser les systèmes empêchant la copie ; ensuite de pénaliser leur contournement (3 ans de prison et 300 000 euros d'amende).

Divers moyens sont déjà utilisés pour empêcher ou contrôler la copie privée et la diffusion des oeuvres : traçage des usages, dégradation de la qualité des oeuvres, identification de l'utilisateur, interdiction de copie ou de transfert d'un support à l'autre ou d'un logiciel à l'autre, autodestruction de l'oeuvre après une période donnée, etc...

Ce qui est en jeu n'est absolument pas le respect du droit d'auteur, contrairement à ce que voudraient faire croire les multinationales, qui mettent en avant une dizaine de stars pour légitimer leur diktat.

Au contraire, ce type de mesures venues des pays anglo-saxons accompagnent d'autres mesures remettant en cause le principe du droit d'auteur français au profit d'un droit sur l'oeuvre.

Le droit à la copie privée deviendrait un délit, et pour les consommateurs il faudrait jongler entre des fichiers et des supports non-compatibles, ce qui obligerait à racheter plusieurs fois la même oeuvre pour l'écouter sur l'ordinateur, la chaîne et dans la voiture, voire sur deux ordinateurs différents ou dans des logiciels de marques concurrentes.

La tentative de contourner ces blocages (copier une chanson achetée sur une cassette, un cd-audio, ...) devient avec DADVSI un délit passible de trois ans de prison et de 300 000 euros d'amende.

Par ailleurs, DADVSI légaliserait l'installation de logiciels espions par les fabricants permettant de communiquer des données personnelles directement de l'ordinateur de l'utilisateur. Ce qui est en jeu tient donc également des libertés individuelles.

Mais ce sont aussi les logiciels libres qui se trouvent directement en ligne de mire. Le logiciel libre étant par définition « open source », c'est-à-dire laissant

un libre accès de l'utilisateur au « langage » qu'il utilise, les utilitaires anticopie pourraient facilement y être désactivés. L'utilisation du libre deviendrait donc un délit.

Pour toutes ces raisons, des collectifs et organisations ont été créés dans le but de faire barrage au projet de loi DADVSI, et de défendre le modèle français du droit à la copie privée, garant des libertés individuelles et des libertés collectives face à des multinationales toujours plus exigeantes.

2.2 L'initiative EUCD.info

EUCD.INFO (<http://eucd.info/>) est une initiative créée par la FSF France (chapitre français de la Free Software Foundation) dont la mission est d'informer sur les conséquences sociales et économiques de la directive européenne du 22 mai 2001 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information (DADVSI).

La FSF France (<http://www.fsffrance.org/>) est une association loi 1901 se consacrant à tous les aspects du Logiciel Libre.

Pour la FSF France, l'accès au logiciel conditionne la participation des individus à la société de l'information. Par conséquent, les libertés d'utilisation, de copie, de modification et de redistribution du logiciel, telles que décrites dans la définition du Logiciel Libre, permettent une participation équitable à l'ère de l'information.

Susciter l'intérêt pour ces sujets, protéger le Logiciel Libre politiquement et légalement sont les préoccupations centrales de la FSF France.

Chapitre 3

Cheminement du projet

Voici les étapes qui nous ont permis de mener à bien ce projet.

Tout au long de ce dernier, nous avons établi des moyens pratiques de communication qui nous ont permis de rester en contact et de centraliser les avancées et idées.

Nous avons principalement utilisé un Wiki¹ pour centraliser nos efforts, mais aussi une liste de diffusion. Cette dernière a joué un rôle important dans la communication avec nos partenaires externes. En effet, nous pouvions informer d'un simple mail tous les acteurs du projet.

3.1 Recherche d'une salle

Notre première préoccupation a été de réserver une salle.

Nous avons d'abord songé à louer une salle à la mairie de Lille (la Halle aux Sucres en l'occurrence, une grande salle), mais cette solution entraînait son lot de complications :

- Trouver les fonds pour louer la salle ;
- Joindre des entreprises pour la location du matériel nécessaire à la représentation ;
- Contacter des professionnels capables de gérer tout ce matériel pendant la soirée (ingénieurs sons etc...);
- Mettre en place des dispositifs de sécurité.

Ce n'était surement pas impossible, mais nous n'étions sans doute pas assez motivés pour prendre tout ça à bras le corps et les risques étaient élevés.

Si nous nous étions lancés là-dedans, peut-être ne nous serions nous pas assez impliqués, auquel cas la situation aurait vite tourné à la galère.

Nous avons donc préféré choisir une solution moins risquée, avec quelques avantages non négligeables :

- Un tarif moins élevé ;

¹Un site que tout le monde peut éditer. Ce système est de plus en plus utilisé en entreprise pour son efficacité.

- Une contenance moins grande qui nous permettrait de remplir la salle sans consacrer un budget trop élevé pour la communication ;
- Du matériel et du personnel sur place ;
- Des facilités d’organisation, pour le bar par exemple, pris en charge par les propriétaires.

Cette solution nous était offerte par l’association Le Biplan. Elle s’est alors imposée comme une solution répondant parfaitement à ce que nous recherchions.

3.2 Sélection d’une association

Nos directions pour le choix d’une association s’étaient initialement portées vers des associations nationales, voire internationales. Des exemples d’association étaient par exemple la “Fondation Pierre Fabres” ou encore le “Secours populaire Français”.

Cependant, nous avons vite compris qu’il était plus logique de rentrer en contact avec de plus petites structures.

Au fil de l’évolution du projet, nous avons réalisé qu’il serait bien plus motivant de reverser le fruit de nos efforts à une cause qui nous concerne directement. C’est pourquoi, nous avons fait le choix d’EUCD.info.

Ceci a d’ailleurs joué un rôle non négligeable dans la remotivation du groupe.

3.3 Sélection des groupes

Au début de l’initiative, nous avons rédigé des lettres d’invitation à l’attention de plusieurs groupes. Nous avions dans l’idée d’inviter une tête d’affiche pour “attirer” du monde et plusieurs jeunes groupes pour les faire connaître.

Cependant, considérant le choix de la salle ainsi que la limitation du nombre de groupes possibles (dû aux contraintes techniques) mais surtout en prenant compte de la direction qu’avait prise le projet, nous avons décidé de n’inviter que des groupes qui répondaient à la philosophie de notre concert.

Nous avons donc sélectionné :

- Les monkeez (groupe punk-rock de Lens) ;
- Sébastien Ramon (duo rock acoustique d’Arras) ;
- Lymbago (groupe de rock-métal de Maubeuge) ;
- Nu Kaiju (groupe de rock français d’Arras/Paris).

3.4 Subventions

Nous avions au début l’intention de réaliser plusieurs dossiers de subvention. Pour être honnête, nous avons vite été rattrapés par le temps. En effet, les dossiers sont à faire bien avant la date de projet et nous n’avons pas vu le temps passer.

Nous n’avions donc plus qu’à nous débrouiller avec nos propres moyens, c’est-à-dire réaliser des échanges et réussir à négocier ce dont nous avons besoin.

3.5 Partenariat de communication

N'ayant pas obtenu de subvention, nous devons donc trouver un moyen de réaliser des supports de communication et de les imprimer.

Après maintes tentatives, nous avons réussi à lier un partenariat avec la société Asticonet. Cette dernière réalise des créations graphiques et des sites Internet pour des entreprises du Nord-Pas-de-Calais et de la région parisienne.

L'échange convenu était une création graphique (affiche + flyers) contre de la publicité pour cette société.

Nous avons aussi obtenu l'impression gratuite à travers une relation du gérant de la société de création multimédia.

3.6 Site Internet

Étant tous issus d'une filière informatique, nous avons pu prendre en charge la création du site Internet. Par chance, nous avons toutes les compétences nécessaires dans le groupe pour la réalisation de ce dernier : graphisme, développement et base de données.

Ce site a permis d'ajouter un média de communication supplémentaire. Grâce à ce dernier, nous avons pu réaliser un système de pré-réservation en ligne. Ainsi, il nous a été plus aisé d'estimer le nombre de visiteurs potentiel.

3.7 Tout est prêt

Une semaine exactement avant la date fatidique, nous avons tout bouclé. Nous n'avions plus qu'à entretenir une communication avec nos partenaires afin d'assurer le bon déroulement de la soirée et de garder un oeil sur l'évolution des réservations afin d'estimer le besoin de publicité.

Chapitre 4

Analyse des résultats

4.1 Sur le plan qualitatif

Que ce soient les groupes, le public ou les organisateurs, nous étions tous d'accord pour affirmer que la soirée a été un réel succès.

Les groupes ont été ravis de l'accueil et nous avons fait notre maximum pour qu'ils se sentent à l'aise (restaurations, loges, etc).

La musique sélectionnée a clairement plu au public (nous avons effectué un "mini-sondage" en fin de soirée). Elle était à la fois assez diversifiée pour éviter une monotonie tout en gravitant autour d'un style commun pour que chacun puisse apprécier toute la soirée.

D'un point de vue organisation, tout s'est bien déroulé. Il n'y a pas eu de débordement; nous nous sommes relayés sur les différents postes pendant la soirée.

Enfin, nous avons réussi à faire passer efficacement le message que nous souhaitions.

4.2 D'un point de vue quantitatif

Sur ce plan, nous avons aussi atteint nos objectifs. Avec nos deux partenaires, nous avons pu imprimer 30 affiches et 200 flyers que nous avons distribués dans 3 lieux :

- Le campus de l'université;
- Des magasins de musique tels que Broc'n'Roll et Massena Musique;
- Le centre de Lille.

De plus, le site nous a permis de recueillir une trentaine de pré-réservations.

Au final, sur 100 places disponibles, nous avons réussi à vendre 93 entrées donc le prix de base était fixé à 5 euros.

Ceci représente 465 euros récoltés.

Déduisant le tarif de location de la salle et les frais divers, nous avons pu reverser 105 euros à l'association EUCD.info.

Chapitre 5

Apports professionnels

Ce projet nous a permis de prendre conscience des responsabilités nécessaires pour le bon déroulement d'une telle initiative et ce qu'elle entre dans le cadre d'un cursus scolaire ou professionnel.

5.1 Savoir gérer son temps

Tout d'abord, il est essentiel de savoir fixer un planning, prenant en compte d'éventuels contre-temps, même s'il n'est pas toujours évident de prévoir les potentielles difficultés que l'on peut rencontrer. Dans notre cas, nous avons vécu cette contrainte à travers la recherche d'une salle sachant qu'elles sont fortement demandées durant la période pendant laquelle a eu lieu le concert.

De plus, il est vital de se tenir au planning fixé.

5.2 Prendre des initiatives

De même, tout projet entrepris demande un minimum d'initiatives, ne serait-ce que pour prendre contact avec des personnes (ou institutions, organisations...) pouvant apporter une contribution financière, ou autre, au projet. Il ne faut pas non plus hésiter à relancer des démarches dans certains cas, qu'il s'agisse de non-réponse ou d'un besoin d'informations complémentaires.

Cependant il est nécessaire de prendre en compte la dimension administrative d'une telle entreprise.

5.3 Une communication à toute épreuve

Quelque soit le projet, ce dernier doit évidemment être présenté sous forme écrite, que ce soit un dossier ou autre. En somme, la communication écrite se trouve être indispensable pour servir d'intermédiaire entre les personnes précédemment citées et les membres de l'équipe.

De plus, il est nécessaire de savoir sélectionner les atouts du projet afin de le valoriser, et de réussir à convaincre l'interlocuteur, et ce pour une communication aussi bien orale qu'écrite.

5.4 Le travail en groupe

Un autre apport non négligeable de ce type d'initiative est le fait d'avoir l'opportunité d'effectuer un travail d'équipe. Le partage équitable des tâches nécessaires au bon déroulement du projet entre les membres de l'équipe se révèle être indispensable. La communication au sein de l'équipe est également très importante afin que chacun soit conscient de l'évolution de la situation.

Chapitre 6

Bilan-conseil

6.1 Bien débiter

A l'instar de toute bonne gestion de projet, l'organisation d'un concert débute forcément par une phase de préparation, au cours de laquelle il convient de définir le plus clairement possible les objectifs du projet afin de pouvoir immédiatement partir dans les bonnes directions.

Dans notre cas, nous devons surtout penser à 2 choses :

- Le type de concert (en l'occurrence un concert de rock à but caritatif) ;
- L'envergure de la représentation.

Par la suite, il n'existe pas de bons plans ou de plans dits "galère", de la même manière qu'il n'existe pas de solution miracle pouvant vous sauver la mise à 48 heures de l'échéance prévue.

Dans l'absolu, une complication dans l'organisation résulte soit d'un manque de clairvoyance, soit d'une mauvaise gestion des efforts et du temps.

Nous partions donc sur l'idée d'un concert à but caritatif. Cela sous-entendait plusieurs facteurs de recherche :

- Une association à défendre ;
- Des groupes qui accepteraient de jouer gratuitement ;
- Une salle et les équipements nécessaires à moindre coût.

6.2 Trouver l'association

Trouver une association n'est pas difficile en soi, les bonnes causes n'étant pas ce qui manque.

Suivant le thème choisi, une solution de facilité serait de se reporter à de grosses associations internationales ou nationales. Mais pour nous il apparaît qu'il vaut mieux en tous cas préférer des associations locales. En effet, elles sont souvent peu représentées mais nécessitent tout de même de gros besoins et peuvent être susceptibles de soulever plus facilement l'intérêt d'un public local.

Notre choix s'était donc porté sur EUCD.info, qui n'est certes pas une association que l'on pourrait qualifier de "locale", mais qui traitait d'un sujet dont nous, et sans doute le public que nous visions, nous sentions proches.

6.3 Inviter des groupes

Pour les groupes, le bon plan c'est évidemment d'avoir assez de connaissances pour trouver des musiciens, ravis de pouvoir se représenter en rendant service. Mais nous ne pensons pas que le cas échéant la recherche de groupes puisse vraiment être un plan galère, dans la mesure où il existe bon nombre de personnes à l'affût de ce genre de propositions, avec lesquelles un peu de dialogue devrait facilement aboutir à un accord.

6.4 Viser juste

Le gros du travail réside en fait dans la partie "pratique" de l'organisation, et c'est là qu'il est important d'avoir bien ciblé l'envergure de la représentation.

Il faut avoir en tête qu'autour du concert en lui-même, beaucoup de paramètres sont à prendre en compte : assurance, sécurité, organisation, communication, etc...

Et tous ces paramètres sont évidemment liés au budget du projet qui, pour des étudiants, n'est pas conséquent.

Il ne sert donc à rien de vouloir faire trop grand en choisissant une grande salle, si le reste ne suit pas, aussi bien au niveau du budget qu'au niveau de l'organisation.

Et soyons francs, il n'est pas impossible de vouloir se réserver le Zénith et espérer le remplir en invitant des groupes prestigieux, on peut être ambitieux... du moment que l'implication suit.

Nous avons donc préféré la solution "clefs-en-main" du Biplan afin de nous alléger dans cette partie. Ce fut sans doute notre bon plan.

6.5 Être en règle

Le dernier obstacle à franchir était de nous rapprocher d'une association pour obtenir un statut légal pour la location de la salle, et obtenir notamment la précieuse police d'assurance, nécessaire pour ce type de projet.

Nous avons choisi de faire appel à l'association d'étudiants PRISM, proche de notre formation.

Dans l'absolu, il n'est pas inimaginable de faire appel à l'association défendue par le concert pour apporter ce genre d'aide, mais peut-être pour des projets à plus grande échelle.

6.6 Conclusion

Au final nous avons été satisfait de notre travail, et le résultat correspond à nos attentes.

Si ceci était à refaire, forts de cette expérience nous pourrions gagner en ambition et entreprendre quelque chose de plus imposant.

Et il est évident que pour éviter les galères, avoir du temps et plusieurs personnes réellement impliquées dans le projet est un atout considérable... et nécessaire.