

PROJET « AGORA Qualité »

QPO11 - *Ingénierie de Projet*

Mémoire d'Intelligence Méthodologique



AGORA
QUALITE

AMILLASTRE Thomas

DELAHAYE Fabien

GIRARD Amélie

LUZURIAGA Andrés

OCHOCINSKA Agata

Tuteur : Monsieur Gilbert FARGES

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	4
RESUME	5
ABSTRACT	5
INTRODUCTION	6
CHAPITRE 1	7
I. CONTEXTE ET ENJEUX	7
1. CONTEXTE.....	7
2. NAISSANCE DU BESOIN	8
3. ENJEUX	8
4. ACTEURS DU PROJET[2]	9
II. PLANNING PREVISIONNEL	11
III. PROBLEMATIQUE	12
1. DEGAGER UNE PROBLEMATIQUE	12
2. BENCHMARK.....	12
IV. OBJECTIFS	15
1. QUALITE, COUT ET DELAI	15
2. MESURABLES.....	15
3. PRODUIT DU PROJET	16
V. CONTRAINTES ET RISQUES DU PROJET[10]	16
CHAPITRE 2	17
VI. PHASE DE CREATIVITE	17
1. POURQUOI CREER UNE PHASE DE CREATIVITE ?	17
2. CONCEPTION DE LA JOURNEE TYPE « AGORA QUALITE »	17
2.1. SOLUTIONS PROPOSEES	17
2.2. JOURNEE TYPE FINALE.....	20
VII. RETRO CONCEPTION A L'ECOUTE DU MARCHE	23
1. RETRO CONCEPTION	23
2. SYNTHESE ET CONCLUSIONS DE LA CEM	23
VIII. ANALYSE DES RISQUES[10]	25
CHAPITRE 3	27
IX. CONTENU	27
1. CHOIX DE LA THEMATIQUE	27
2. CHOIX DES INTERVENANTS	28
3. RECHERCHE DES CANDIDATS POUR LES INTERVENANTS	28
4. SUIVI DES INTERVENANTS	29
X. FINANCEMENT	30
1. BUDGET	30
2. SPONSORING.....	30
XI. COMMUNICATION	32
1. STRATEGIE	32
2. ADMISSION	34
XII. LOGISTIQUE	35
1. LIEUX	35
2. MATERIEL.....	36

3.	RESTAURATION.....	36
4.	RESSOURCES HUMAINES	37
XIII.	CONCLUSION	37
XIV.	BIBLIOGRAPHIE[24].....	39
XV.	ANNEXES :.....	40
1.	NOTE DE CLARIFICATION : PROJET AGORA QUALITE	41
2.	PLANIFICATION DYNAMIQUE STRATEGIQUE	45
3.	BENCHMARK.....	46
4.	FICHE TECHNIQUE SOLUTIONS.....	49
AUTRES SOLUTIONS		56
5.	RESULTATS CEM.....	58
6.	ANALYSE DES RISQUES.....	59
7.	CARACTERISATION DES RISQUES	61
8.	PLANS D'ACTION	62
9.	BUDGET PREVISIONNEL.....	63
10.	NOS FORMULES DE PARTENARIATS.....	64
I.	LES PARTENARIATS D'ÉCHANGES	64
II.	LES PARTENARIATS FINANCIERS.....	64

TABLE DES FIGURES

Figure 1: Matrice SWOT[1]	7
Figure 2 : Composition de l'équipe Projet[3].....	9
Figure 3 : Acteurs du Projet à l'échelle macro[4]	10
Figure 4 : Planning Prévisionnel[5].....	11
Figure 5 : QQQQCP[7].....	12
Figure 6 : Extrait du Benchmark[8].....	13
Figure 7 : Phase de Créativité[11].....	17
Figure 8 : Planning de la Journée[12].....	20
Figure 9 : Echantillon de CEM[14].....	23
Figure 10 : Répartition des réponses par catégories[15]	24
Figure 11 : Management des risques d'un projet[16].....	25
Figure 12 : Points Critiques[17].....	26
Figure 13 : Charte partielle thématiques[18].....	28
Figure 14 : Charte Quality Show[19]	29
Figure 15 : bilan des recettes et des dépenses pour le projet AGORA Qualité[20].....	30
Figure 16 : Partenariats[21].....	31
Figure 17 : Processus de Communication[22].....	32
Figure 18 : Recto Flyer AGORA Qualité[23].....	34

Remerciements

Nous souhaitons en premier lieu remercier **Mr Gilbert Farges**, tuteur et porteur de ce projet, pour son encadrement, son soutien à toute épreuve, et son aide précieuse et capitale à la réussite de ce projet. Nous remercions également **Mr Jean Pierre Caliste**, notre second tuteur, pour sa bienveillance, ses conseils et son implication dans la création et la mise en œuvre d'AGORA Qualité. Tous deux ont été disponibles et nous ont permis d'avancer dans les meilleures conditions.

Nous remercions grandement les membres fondateurs d'AGORA Qualité qui font partie de l'aventure, et qui nous ont ouvert les portes de leur réseau :

- Les éditions Lexitis, et tout particulièrement **Mr Martin De Halleux** pour sa disponibilité, son implication, et grâce à qui nous avons développé nos compétences de communication.
- L'Association France Performance Qualité, et **Mr Martial Godard** pour sa participation et ses recommandations dans la stratégie à adopter pour notre événement.
- L'association Tremplin'UTC, pour la mise à disposition de son réseau de diplômés
- Le groupe UTC, pour la confiance qu'ils ont accordé à notre projet, ainsi qu'UTeam, et plus particulièrement Christine Sellier pour son aide indispensable pour la solidité budgétaire d'AGORA Qualité.

Nous remercions également les personnes qui ont décidé de nous faire partager toute leur expertise en nous faisant l'honneur d'accepter d'intervenir lors de l'événement, Marc Bazinet, Pierre Maillard, José Gramdi, ainsi que Etienne Leblanc. Egalement, les intervenants de QualiPolis, qu'ils soient d'anciens étudiants ou des experts Qualité.

Nous remercions les partenaires, et notamment les personnes qui nous ont reçu et qui nous ont donné la chance de leur présenter notre projet.

Nous remercions enfin l'ensemble des étudiants de Master QPO promotion 2013-2014, pour leur aide dans la mise en œuvre effective d'AGORA Qualité le jour J.

Merci à vous d'avoir permis de réaliser ce projet unique !

Résumé

« Le projet AGORA Qualité consiste en une extension ou une substitution d'un événement existant : « la fête de la Qualité ». Cet événement se veut innovant et différent de l'existant, et il doit bien sur remplir des objectifs précis comme réunir autour de la Qualité les étudiants de Master QPO, les diplômés, mais aussi attirer des industriels (notamment des TPE/PME) et des experts en Qualité (Chapitre 1). Cette journée serait l'occasion à la fois d'assurer la pérennité du lien entre étudiants et anciens de l'UTC, mais aussi d'accroître la visibilité de l'UTC et plus particulièrement de sa formation en Qualité auprès des industriels. Une vaste phase de créativité a permis à l'équipe projet de concevoir une journée innovante qui aura vocation à être réalisée chaque année la veille de la Fête de la Qualité (Chapitre 2). Une fois la conception terminée, le projet a été rigoureusement planifié afin d'assurer son inauguration le 24 janvier 2014 (Chapitre 3). Ce MIM retrace la naissance d'AGORA Qualité, de sa conception jusqu'à sa planification, et permettra aux futures promotions de mieux comprendre le cheminement réalisé par l'équipe projet pour atteindre le résultat escompté. »

Abstract

"AGORA Qualité, students project described within, is an extension or a substitution of an existing event called "La Fête de la Qualité". This innovative event differentiates itself from what can be found on the market, by its aim: to gather UTC master students and graduates around Quality but also to attract various industry representatives (especially those coming from VSE's/SME's) as well as experts in Quality (Chapter 1). This one-day conference will be the occasion to sustain the link between UTC's current students and graduates and to increase the visibility of UTC, in particular its Quality Master Degree Program, among local VSE's/SME's. A relatively long period of creativity has allowed the project team to design an innovative day venue, which will take place annually, on the eve of "La Fête de la Qualité" (Chapter 2). Once the conception had been finished, the event was planned in detail in order to be ready for its inauguration on 24th of January 2014 (Chapter 3). This report describes the birth of AGORA Qualité, from its conception to its realisation, and will allow future Quality Master Students to implement it easily and fulfil its objectives."

Introduction

Dans le cadre de l'Unité d'Enseignement QPO11 (Ingénierie de Projet), des projets sont confiés à des groupes d'étudiants afin d'assurer une mise en pratique de leurs connaissances théoriques et de leur permettre de développer des compétences en gestion de projet.

Ce Mémoire d'Intelligence Méthodologique (MIM) a pour but d'assurer la traçabilité et la pérennisation du projet AGORA Qualité pour les potentielles éditions futures. Ce projet a pour but la conception d'un événement innovant d'une journée traitant de la qualité, qui doit prendre en compte plusieurs paramètres et facteurs clés de succès.

La problématique, les enjeux et objectifs sont explicités en partie 1. Ensuite, la méthode de création d'un événement Qualité est abordé au chapitre 2, et enfin, le chapitre 3 abordera les points de planification de l'événement.

La mission de ce projet est donc double : d'une part réussir la mise en œuvre et la réalisation d'un vrai projet d'évènement pour la fin du semestre, et d'autre part permettre à l'équipe en charge du projet de se familiariser avec toutes les phases qu'implique le management de projet.

Cette mission est encadrée par le tuteur du projet, Mr Gilbert Farges, qui assure un suivi périodique de l'avancement du projet et oriente l'équipe dans son travail.

Ce MIM permettra à n'importe quel lecteur de comprendre le cheminement de l'équipe et les questionnements soulevés par le projet pour réussir à le réaliser.

Chapitre 1

I. Contexte et enjeux

1. Contexte

L'Université de Technologie de Compiègne est une école d'ingénieur et une université réputée à l'échelle nationale et internationale, qui est chaque année depuis 2010 l'organisatrice de l'évènement « *Fête de la Qualité* ». Cet évènement vise à mettre en relation les anciens et les nouveaux étudiants du Master Qualité de l'UTC à l'occasion des présentations orales des posters QPO11 (Ingénierie de Projet) pendant une demi-journée au mois de janvier. Ce projet a été conçu initialement par un groupe d'étudiants ingénieurs dans le cadre de l'UV (unité de valeur) GE37 intitulée Gestion de Projet.

En cette année universitaire 2013/2014, les responsables de cet évènement, Gilbert Farges et Jean-Pierre Caliste, ont mobilisé une équipe d'étudiants de Master Qualité et Performance dans les Organisations afin de réaliser une extension de la Fête de la Qualité sous forme d'un nouveau projet, dans le cadre de l'unité d'enseignement QPO11.

L'enjeu de ce nouveau projet pour le Master Qualité de l'UTC est d'organiser **chaque année un évènement innovant d'une journée, autour de la Qualité**, en augmentant la visibilité de l'école auprès des entreprises tout en assurant la pérennité du lien entre anciens et nouveaux étudiants.

La mission du projet est donc de favoriser les échanges entre les étudiants et les industriels autour de la Qualité.

La vision est quant à elle de réunir le présent et le futur de la qualité.

Les données d'entrée du projet sont les suivantes:

- Lettre de Mission de Mr Gilbert Farges, porteur du projet.
- Norme ISO 21 500 Lignes directrices sur le Management de projet
- Retours d'expérience sur l'évènement « Fête de la Qualité »

Une matrice SWOT permet d'analyser l'environnement dans lequel évoluera le projet, en tenant compte des forces, faiblesses, opportunités et menaces.

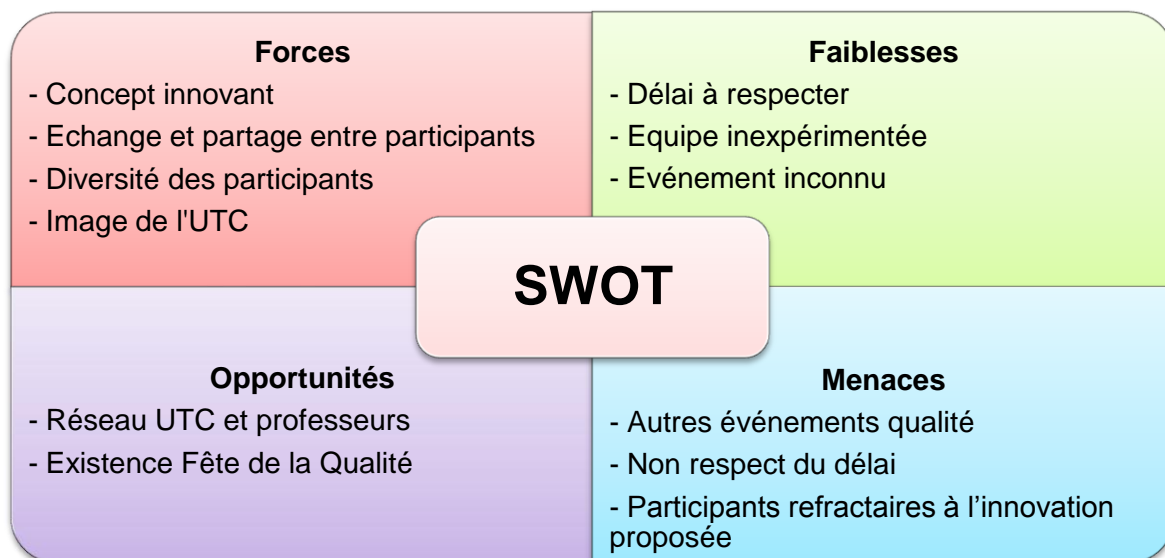


Figure 1: Matrice SWOT[1]

2. Naissance du besoin

L'évènement AGORA Qualité a été créé dans un but d'originalité et d'innovation autour de sujets touchants à la Qualité.

La concurrence au niveau des évènements Qualité est relativement faible : il existe une dizaine d'évènements, congrès ou séminaires Qualité en France. Ces évènements sont la majeure partie du temps orientés vers un sujet spécifique, impliquant une certaine catégorie de personnes concernées (Cf : Benchmark partie III. 2.). Ex : Congrès de la métrologie à Paris, Risque et Qualité pour PME et ETI à Paris etc.

AGORA Qualité se veut revendicateur d'un évènement rassemblant des participants d'horizons variés, qu'ils soient industriels d'un grand groupe ou d'une PME, qu'ils soient diplômés en Qualité ou experts, et surtout souhaite intégrer les étudiants. AGORA Qualité est un évènement organisé par des étudiants, et intégrant d'autres étudiants comme participants majeurs, ce qui n'a pas été fait jusqu'à maintenant.

Le besoin d'assurer une diversité autant dans les participants que dans les thèmes abordés ne peut être satisfait par les évènements existants, AGORA Qualité est donc le moyen d'y parvenir.

En plus de compléter la formation des étudiants, l'évènement permettrait de rapprocher le monde industriel et universitaire, tout en permettant aux participants d'échanger un maximum avec notamment des experts de la Qualité industrielle, normative ou des Services

3. Enjeux

Les enjeux liés au projet sont les suivants :

- Organiser chaque année un évènement **innovant** d'une journée, autour de la Qualité
- Augmenter la **visibilité** de l'école auprès des entreprises
- Assurer la **pérennité** du **lien** entre anciens et nouveaux étudiants
- Promouvoir les **compétences** des étudiants du Master Qualité
- Attirer plus d'entreprises → cibler les **PME** et les TPE

D'un point de vue des enjeux pour l'UTC il y aura :

- Offrir à l'UTC une meilleure visibilité auprès des entreprises dans le domaine de la Qualité
- Conserver le leadership de l'UTC dans le domaine de la qualité et plus particulièrement dans les services
- Promouvoir les compétences des étudiants du Master Qualité
- Offrir des opportunités d'élargir son réseau professionnel pour les étudiants du Master Qualité
- Substitution ou extension de la Fête de la Qualité

4. Acteurs du Projet[2]

A échelle micro, l'organigramme ci-dessous décrit les acteurs du projet.

Nos clients sont les étudiants de l'UTC ainsi que les intervenants et partenaires sollicités pour cet événement.

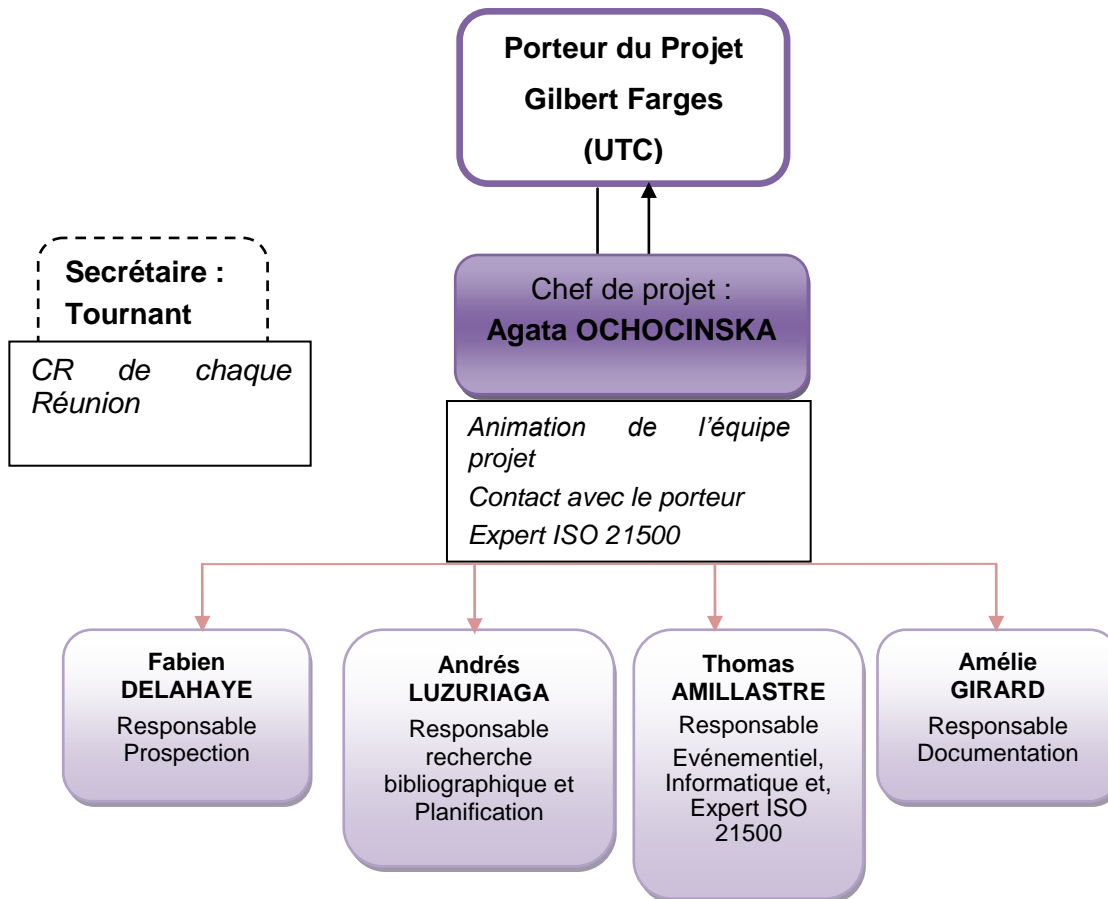


Figure 2 : Composition de l'équipe Projet[3]

A l'échelle macro, le projet mobilisera des partenaires externes :

- Entreprises sollicitées
- Intervenants universitaires
- Association France Qualité Performance,
- Editions Lexitis

Ainsi que des partenaires internes :

- Etudiants et professeurs de l'UTC
- Tremplin UTC (diplômés)
- UTeam (gestion du budget)

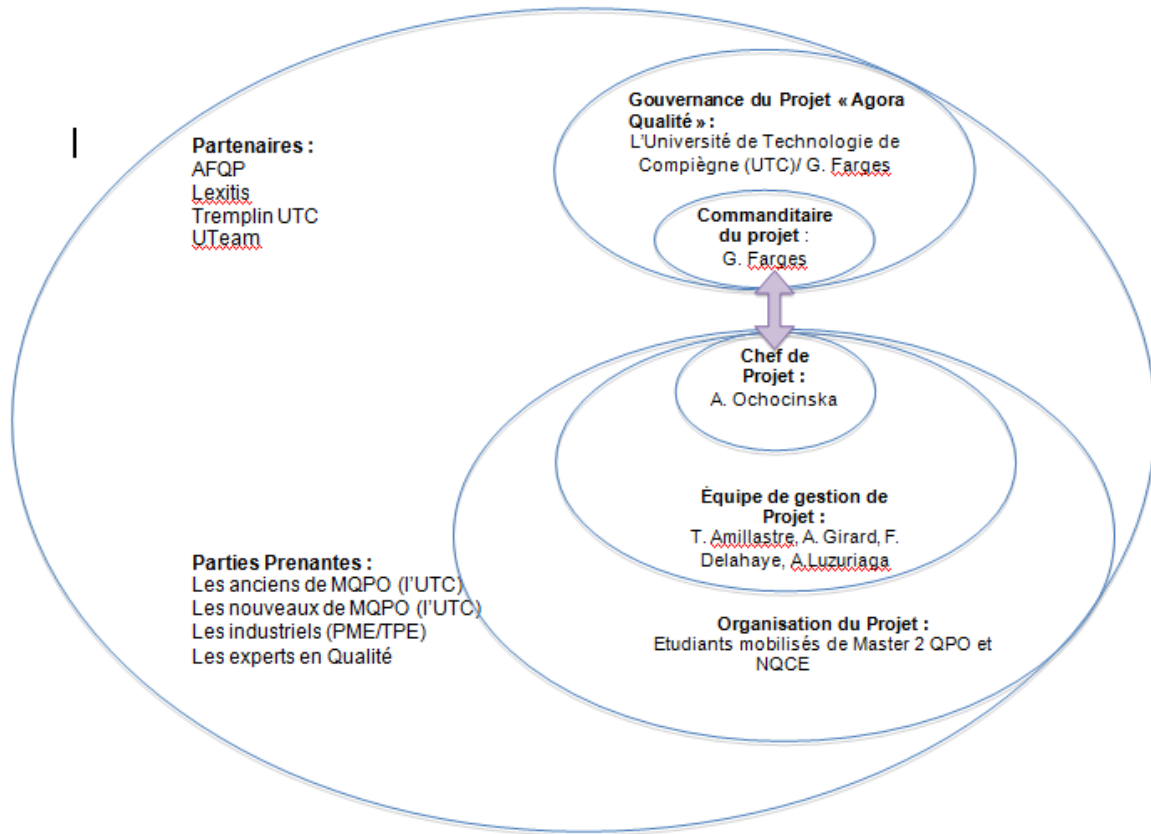


Figure 3 : Acteurs du Projet à l'échelle macro[4]

II. Planning prévisionnel

Le planning prévisionnel du projet a été défini en identifiant bien 4 phases distinctes c'est à dire :

- LANCEMENT
- CREATIVITE
- PLANIFICATION
- MISE EN OEUVRE

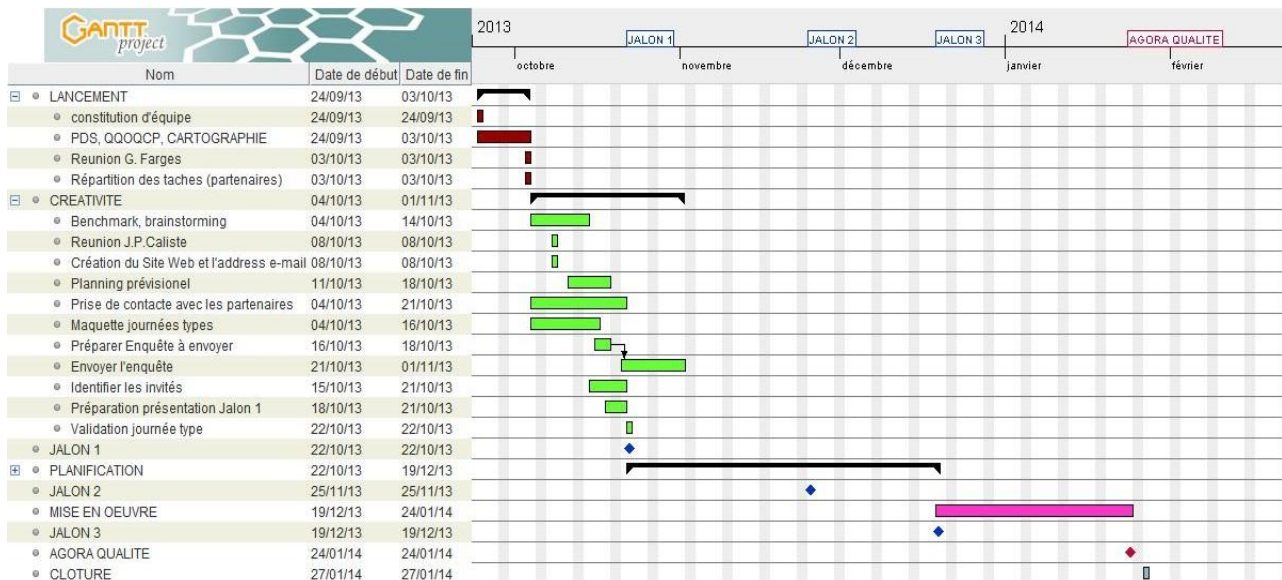


Figure 4 : Planning Prévisionnel[5]

Le planning est susceptible de changer au fur et à mesure de l'avancement du projet. Les premières phases développées, à savoir Lancement et Créativité, sont des retro plannings, c'est-à-dire qu'ils ont été réalisés après avoir effectué les tâches. En effet il est assez complexe de planifier à l'avance une phase de créativité, qui doit toujours permettre un degré de liberté et d'autonomie nécessaire à la création.

III. Problématique

1. Dégager une problématique

Afin de cerner la problématique du projet, le QQQQCP[6] (un outil qualité) a été utilisé. Le QQQQCP a donc permis de cadrer de manière plus explicite et pertinente la problématique.

Données d'entrée :	Favoriser les échanges entre les étudiants en Master QPO de l'UTC/les entreprises/les diplômés de l'UTC et les experts de la Qualité	
Qui ?	Directs Etudiants, les industriels, les diplômés, les experts	Indirects (éventuels) l'UTC, les entreprises
Quoi ?	Faible communication entre les parties prenantes	
Où ?	À l'UTC	
Quand ?	Pendant la Fête de la qualité	
Comment ? (+ caractérisation)	Caractérisation T0: •Nombre des diplômés et d'industriels durant la Fête de la qualité 2013 Objectifs à T1 : •Nombre des diplômés et d'industriels durant AGORA Qualité 2014 supérieur de 30% à T0	
Pourquoi ?	Augmenter la visibilité de l'UTC et augmenter l'employabilité des Master QPO par rapport à l'année précédente	
Donnée de sortie :	Comment faire évoluer la Fête de la Qualité vers un événement innovant permettant un échange entre les participants?	

Figure 5 : QQQQCP[7]

La problématique obtenue est donc la suivante :

Comment faire évoluer la Fête de la Qualité vers un événement innovant permettant un échange entre les participants?

2. Benchmark

A partir de la problématique dégagée auparavant, il a été nécessaire de préciser sous quelle forme l'innovation allait pouvoir se matérialiser dans le cadre de l'événement AGORA Qualité

Pour ce faire, un benchmark des événements existants, congrès, colloques scientifiques et séminaires autour de la Qualité a été réalisé afin de trouver une direction pour innover.

Nom de l'événement	Date	localisation	Durée	thème	Points forts	URL	Coût pppc
EOQ Quality Congress	11-12 juin 2014	Göteborg, suède	2 jours			http://www.eoq.org/home.html	
CIMQUSEF	du 18-12-2013 au 20-12-2013	Rabat, Maroc	2 jours	Management de la qualité dans l'éducation		http://ife.ens-lyon.fr/vst/AgendaColloques/DetailColloque.php?parent=actu&id=1262	
Rencontre des métiers de la santé	22 et 23 mai 2014	Strasbourg	2 jours	Management du risque en santé		http://www.qualite-securite-soins.fr/congres-de-strasbourg-fin-mai/congres-2014/	
Congrès du management de projet	27 et 28 avril 2011	Lausanne	2 jours	Management de projet		http://www.bivi.qualite.afnor.org/layout/set/print/actualites/agenda/congres-du-management-de-projet	
Qualita	20-22 mars 2013	Compiègne	3 jours	Qualité et sureté de fonctionnement	Qualité des intervenants, domaines variés	http://qnp2012.sciencesconf.org/conference/qualita2013/pages/SS_RSE.pdf	
Congrès de Métrologie	7,8,9,10 octobre 2013	Paris	4 jours	Avancées en métrologie	Partage, tables rondes (mais pas d'étudiants)	http://www.metrologie2013.com/	Entre 873€ et 897 €
World conference on quality and improvement (ASQ)	6 – 8 Mai 2013 ;	Indianapolis	3 jours	Managing Change	Multiples sujets ;	http://wcqi.asq.org/index.html	
	a venir :	Dallas		The Global Impact of Quality	Brochure détail tout		
	5 – 7 Mai 2014		3 jours		http://wcqi.asq.org/public/itea-brochure.pdf		
Creativity and Innovation : keys to 21st century learning	17 – 18 Novembre	Milwaukee	2 jours	Comment implémenter la qualité dans l'éducation	Les sujets de la qualité adaptés pour application dans l'éducation ; workshop, lectures	http://nqec.asq.org/why-attend.html	

Figure 6 : Extrait du Benchmark[8]

Le tableau ci-dessus est un échantillon du benchmark réalisé, à échelle nationale et internationale. Plusieurs éléments en ressortent et ont permis d'aiguiller la réflexion de l'équipe :

- Le point clé d'AGORA Qualité est l'échange et le partage entre des catégories d'individus provenant de milieux différents (étudiants, universitaires, PME/TPE, grands groupes industriels, experts). En regardant de plus près les événements existants, aucun d'entre eux ne permet un échange aussi diversifié que celui qui est au centre de ce projet, et c'est en cela qu'il est d'or et déjà innovant de par le concept proposé. Par exemple, les étudiants ne sont jamais mentionnés comme participants, alors qu'ils sont au cœur de l'événement AGORA Qualité. Ceci est une valeur ajoutée et une innovation indéniable.

Dans le même sens, les participants aux différents événements sont fortement segmentés : par exemple, un congrès sera spécifiquement dédié aux PME/TPE, un autre spécifiquement dédié aux experts en qualité, mais aucun ne permet une mixité telle que celle proposée par AGORA Qualité. Ceci se ressent également au niveau des sujets et thèmes des événements : la plupart ont un thème précis et imposé. AGORA Qualité se veut généraliste et accessible à des personnes de milieux très différents. Cette conclusion a donc permis de conforter la priorité donnée à la réunion de participants mixtes et à leur possibilité d'échanges.

- Un second point a permis d'aiguiller la créativité de l'équipe. Plusieurs idées telles que les workshops, les tables rondes avaient été retenues et débattues pour le contenu de l'événement, et ce benchmark a révélé que ces idées avaient déjà été exploitées et perdaient donc leur intérêt innovant pour AGORA Qualité. Cette découverte a permis de stimuler et pousser la créativité encore plus loin afin de trouver de vrais axes d'innovation.

La problématique trouvée au préalable à savoir « Comment faire évoluer la Fête de la qualité vers un événement innovant permettant un échange entre les participants » a du être précisée par l'analyse de l'élément central, à savoir l'innovation. Réaliser ce benchmark a donc été nécessaire et utile afin de donner un cadre à l'innovation envisageable dans ce projet.

Après avoir défini le QUOI, il faut maintenant se pencher sur la manière concrète et tangible de répondre à cette problématique, le COMMENT, qui devra être rigoureusement encadré par des objectifs mesurables clairement définis.

IV. Objectifs

Il s'agit de mener les phases de lancement, créativité, planification et de mise en œuvre du projet pour la création d'un événementiel autour de la qualité.

La norme ISO 21500[9] servira pour bien structurer la démarche mise en œuvre. Concernant la phase de « *créativité* » c'est une phase qui a été ajoutée afin de mieux correspondre à la démarche car la notion essentielle à ne pas oublier est l'innovation qui est implicite au projet.

Lors de chacune de ces phases, le chef de projet et son équipe sont encouragés à faire preuve de créativité. Ils bénéficient de tous les degrés de liberté requis pour favoriser une démarche de conception innovante et approfondie.

1. Qualité, Coût et Délai

Les objectifs du projet en termes de Qualité, Coût et Délai sont :

- **Qualité :**
 - Proposition d'un événement novateur permettant d'attirer davantage les entreprises
 - Proposition d'un événement permettant de faciliter les échanges entre étudiants (anciens et actuels) et entreprises
 - Qualité perçue de l'événement par les participants et les intervenants (pourcentage supérieur au résultat de la Fête de la qualité 2012/2013)
 - Qualité perçue en interne et en externe
- **Coût :**
 - Le cout horaire du projet ne doit pas dépasser l'estimation de la charge horaire de l'équipe projet (100h)
- **Délai :**
 - Un plan projet complet pour le 19 décembre 2013 (dernier jalon et présentation des résultats)
 - Assurer la réalisation du projet pour janvier 2014 si validée par l'UTC

2. Mesurables

Le principal objectif mesurable est une forte présence des parties prenantes lors de l'événement.

Les objectifs mesurables associés sont les suivants :

- pourcentage d'entreprises présentes (30%)
- grande présence d'étudiants (+30%)
- grande présence d'anciens étudiants du Master Qualité (+30%)

3. Produit du Projet

Le produit du projet est la valeur ajoutée à la Fête de la Qualité, apportée par AGORA Qualité.

Le livrable du projet est de proposer un « Plan Projet ». Il faudra fournir un concept innovant d'évènement ainsi que ses caractéristiques, les partenaires susceptibles d'être intéressés, un programme type et une estimation du budget nécessaire.

Le livrable final prendra, en plus du "plan projet", la forme d'un Mémoire d'Intelligence Méthodologique et d'une soutenance orale avec Poster.

Les trois jalons mis en place dans le cadre de QPO11 feront l'objet de livrables intermédiaires, selon l'avancement du projet.

V. Contraintes et risques du Projet[10]

- Délai : 24 Janvier 2014
- Aucune expérience préalable de l'équipe sur ce type de projet « évènementiel ».

Les risques inhérents à la mise en œuvre du projet seront abordés et analysés dans le chapitre 2 partie « Analyse des risques ».

Chapitre 2

VI. Phase de créativité

1. Pourquoi créer une phase de créativité ?

S'appuyant sur la norme ISO 21500 « *Lignes directrices du management de projet* », il a été nécessaire d'ajouter une phase nommée **CREATIVITE**. Compte tenu de la notion d'innovation qu'implique le projet, il a paru judicieux de créer une phase à part entière dont le but est de stimuler de manière optimale le groupe de travail pour générer des idées innovantes.

La démarche dans cette phase s'est déroulée comme suit :

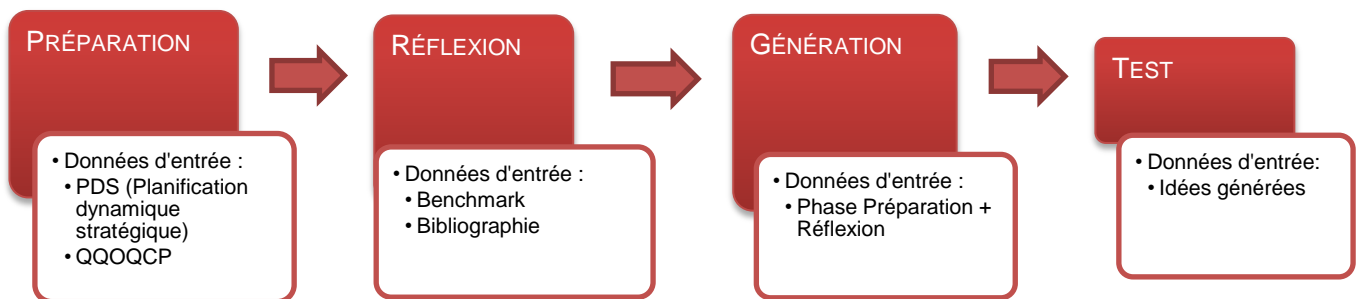


Figure 7 : Phase de Créativité[11]

Phase 1 : Préparation

> Objectif : Cadrer le problème

Phase 2 : Réflexion

> Objectif : Immersion dans le sujet. Etat de l'art sur l'existant

Phase 3 : Génération

> Objectif : Générer des idées innovantes

Phase 4 : Test

> Objectif : Tester les idées trouvées sur un panel de personnes pour valider leur pertinence

2. Conception de la journée type « AGORA Qualité »

2.1. Solutions proposées

Ce processus de créativité a conduit l'équipe à générer des idées innovantes portant sur l'organisation et la forme de l'évènement. Un brainstorming, réalisé durant l'étape de génération d'idées, a permis d'identifier de nombreux concepts. Certains furent éliminés après consensus du groupe du fait de leur incapacité de mise en œuvre comme par exemple l'idée des jeux de rôles ou encore du café-théâtre.

Il a donc été créé une journée type comportant un noyau d'activités indispensables telles que la présentation du président Alain Stork, la présentation des formations et les diverses pauses.

L'objectif de cette phase de conception était tout d'abord de proposer différentes activités pour chaque créneau horaire, et par la suite analyser pour chaque activité les avantages et inconvénients. Une ébauche de journée type à blocs interchangeables (trois activités par créneaux horaires) a été créée durant cette phase de créativité :

Horaires	Journée type		
08h45	Café/Thé		
09h00 -09h15	Mot de bienvenue		
9h15 - 9h50	Mot de Bienvenue/Présentation QPO/NQCE		
9h50-10h00	Prise de Parole Equipe AGORA		
10h00-10h15	Pause-Café		
10h15 - 12h15	Les Contes de la Qualité Pouf ou stand	Quality Dating	Quality Show
12h15-13h30	Repas de midi (buffet traiteur) / Tables mélangées		
13h30-14h	Question pour un qualiticien		
14h - 16h	Atelier QPO01/équipe mixte sur une problématique prédéfinie +Résumé	QualiPolis	Atelier de mise en pratique des outils des experts +Résumé
16h-17h30	A vous de jouer (Atelier) + 3 minutes de restitution	Problématiques PME	Café-théâtre
17h15 - 18h30	Apéritif et remise des certificats		

Cette journée type prévisionnelle a pour but de proposer plusieurs combinaisons possibles de journées finales, qui seront soumises à la validation de Mr Gilbert Farges, porteur du projet.

NB : la description de l'ensemble des solutions proposées est disponible en Annexe 04

Les Contes de la Qualité Pouf ou stand		Quality Dating		Quality Show	
+	-	+	-	+	-
Convivial	Pas assez formel	Variété de thèmes	Epuisant	Captive les invités	Thèmes imposés
Choix offert aux invités	Obligation pour les gurus (répétitions)	Donne un rythme	Rythme à suivre obligatoire	Comique	Ne favorise pas l'échange
Original	Différentes informations transmises	Diversité entre les participants	Bride l'échange	Homogénéité des informations transmises	

Atelier QPO01/équipe mixte sur une problématique prédéfinie + Résumé		QualiPolis : le village de la qualité		Atelier de mise en pratique des outils des experts + Résumé	
+	-	+	-	+	-
Immersion dans la formation QPO	Mise sous contraintes des invités	Convivial	Difficultés à satisfaire l'ensemble des participants	Continuité avec la matinée	Désintéressement participants
Problématique P.M.E résolue	Scolaire	Echange facilité	Tendance de "groupes"	Diversité groupe	Impose livrable
		Echange diversifié	Logistique compliquée		Scolaire
Academia		Problématique P.M.E		Café théâtre	
+	-	+	-	+	-
Stimulation des groupes	Mise sous contraintes des invités	Plus Value PME	Problématique non adéquate	Etudiants mis au centre	Participants extérieur
Diversité du groupe	Scolaire	Attire PME	Désintéressement des autres parties	Ludique	Préparation importante

2.2. Journée type finale

AGORA QUALITE | 2014

24 janvier



PLANNING

8h45	Accueil	
9h00 - 10h00	Mot de Bienvenue	<i>Alain STORK, président de l'UTC</i>
	La formation Qualité à l'UTC	<i>Gilbert FARGES, resp. Master Qualité Jean-Pierre CALISTE, resp. Master NQCE</i>
	Présentation de la journée	<i>Equipe AGORA, étudiants</i>
	Pause	
10h15 - 12h15	«Quality Show»	
12h15 - 13h30	Déjeuner	
13h30 - 14h00	Question pour un Qualiticien	<i>Equipe, par catégorie</i>
14h00 - 16h00	QualiPolis: Le village de la Qualité !	
16h00 - 17h30	Academia : Atelier Collaboratif	<i>Groupe de travail, pluridisciplinaire</i>
	Apéritif / Remise des diplômes	



Figure 8 : Planning de la Journée[12]

Après avoir soumis les idées de la journée au porteur du projet, il a été possible de valider la forme que prendra la journée de formation « AGORA Qualité ».

Voici le détail des trois activités principales proposées :

- **Le “Quality Show”**

Cette idée s’inspire directement des Keynote d’Apple réalisées par Steve Jobs. L’objectif visé en proposant cette solution est de sortir des conférences conventionnelles, où un intervenant parle et l’assistance écoute passivement.

Le concept est simple :

- Mettre en valeur l’intervenant par des jeux de lumières, par une mise en scène atypique qui attire l’attention de l’auditoire.
- La conférence se voudra dynamique et interactive : l’auditoire pourra participer à tout moment à la conférence via des moyens informatiques mis à leur disposition. En effet, l’idée serait de placer un étudiant au bout de chaque table, équipé d’un ordinateur, qui recueillera les réactions, remarques et questions des « spectateurs » afin de les transmettre à l’intervenant (par rétroprojection de « tweets » par exemple). Ainsi, l’intervenant pourra réagir et répondre en direct aux questions des spectateurs, et ainsi les faire participer et rendre la conférence interactive.
- Il faut réussir à trouver des orateurs capables de réaliser une conférence de ce type : sur un créneau horaire de 2 heures, quatre intervenants différents pourraient prendre la parole. Il est nécessaire de trouver des experts qualité charismatiques, n’hésitant pas à user de leur humour pour transmettre des messages percutants. Ce point est toute la difficulté et le challenge pour réaliser cette activité. Bien sûr, les sujets des interventions devront également être attractifs pour l’auditoire, c’est la raison pour laquelle le « Quality Show » a pour objectif de traiter des sujets de pointe en Qualité.

- **« QualiPolis »**

QualiPolis consiste en un village de la qualité, où les participants pourront échanger en toute convivialité.

La configuration du village est comme ci-dessous :

- Les étudiants de master QPO et mastère NQCE présenteront leurs posters au centre de ce village, et les participants pourront y venir les rencontrer et échanger avec eux.
- Quatre lieux d’expertises seront présents autour du « village », lieux où des experts déclameront un discours innovant sur la qualité. Certains thèmes non admissibles au « Quality Show » du matin pourront être proposés. Les thèmes seront variés ; par exemple, un sujet choisie pourrait être « Voir plus loin que la qualité ISO 9001 », et les orateurs devront délivrer un discours en acceptant la critique et en permettant l’échange avec les participants dans le but de partager leur expérience et leurs connaissances. Ces lieux sont libres, les participants vont de l’un à l’autre en toute liberté.

- Stands des partenaires (entreprises, sponsors, UTC) seront présent autours des posters des étudiants master QPO et mastères NQCE. Ces stands seront l'opportunité pour les industriels de se faire connaître, ainsi que leurs produits, auprès d'autres entreprises mais également de mieux appréhender la culture qualité telle qu'elle est enseigné à l'UTC.

Les participants pourront alors s'arrêter, poser des questions, se renseigner ou encore échanger avec les étudiants. Ce sera également l'occasion pour les industriels, de connaître plus en détails le savoir-faire en matière de qualité des étudiants QPO. Ainsi, cette configuration permet aux participants d'avoir le choix entre différents thèmes

- **Academia**

Academia est un atelier collaboratif réalisé en groupe de travail pluridisciplinaire. Le principe est de résoudre une problématique réelle donnée par un industriel, et de fournir un livrable à l'issue de cette collaboration.

- Chaque groupe sera composé au minimum d'un industriel, d'un étudiant et d'un ancien diplômé autour d'une problématique donnée afin d'essayer de la résoudre. Il y aura également un animateur d'atelier qui dirigera les travaux et aidera les participants à faire une restitution en fin d'atelier.
- L'un des objectifs de cet atelier sera bien sur de mettre en commun les connaissances et compétences de chacun mais aussi de résoudre des problématiques qui proviendront des PME/TPE invitées à l'événement. Tout ceci afin de les faire bénéficier des travaux collaboratifs de professionnels venants de milieux différents et ayant différents niveaux d'expérience professionnelle. Il sera alors nécessaire de sonder les participants dans le but de savoir, anonymement, s'ils souffrent d'un problème qualité. Une dizaine de ces difficultés serait sélectionnées, rendues anonymes puis exploitées durant ces ateliers collaboratifs
- Academia se base sur la méthode d'enseignement des ateliers de l'unité d'enseignement QPO01 dispensée au sein du Master Qualité de l'UTC. Cette matière enseigne les outils de base de la Qualité et permet de mettre en pratique ces outils au travers d'ateliers ludiques collaboratifs. Cela permet par la même occasion de démontrer l'efficacité des techniques de travail utilisées par les étudiants du master QPO.

VII. Retro conception à l'Ecoute du Marché

1. Retro conception

Dans le cadre de la conception de la journée type, une retro conception à l'écoute du marché à été mise en place.

La conception à l'écoute du marché (CEM)[13] prévoit de prendre en compte les attentes et besoins du client dans la conception d'un produit, afin d'y répondre au mieux. Ce processus se réalise donc en amont de la création. Au vu des délais impartis dans le cadre du projet, une CEM aurait retardé la conception finale de la journée type, chose qui n'était pas envisageable.

Les attentes des participants à l'évènement ont tout de même été prises en compte, afin de conforter les décisions prises dans la phase de conception : un questionnaire type enquête à été soumis à diverses personnes potentiellement concernées par l'évènement : Industriels, étudiants UTC, anciens étudiants UTC...

Dans ce questionnaire, il s'agit de sonder les participants sur les activités proposées sans pour autant dévoiler le contenu de ces activités : il est impératif de garder une part de « surprise » lors de l'évènement.

Le questionnaire a été construit sur trois axes :

- Les activités proposées
- L'intérêt d'une participation à cet évènement
- Les suggestions libres pour l'évènement

Voici un échantillon du questionnaire :

Quelles activités vous plairaient? *				
	ça me déplaît	ça m'est égal	c'est normal	ça me plaît
Conférences d'experts dans différents domaines de la qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ateliers de mise en pratique par groupes mixtes (expert/étudiant/industriel/diplômé)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Créneaux d'échanges libres avec les invités	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tables rondes mixtes (expert/étudiant/industriel/diplômé)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Présentations des travaux des étudiants du Master Qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Activités ludiques autour de la Qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Figure 9 : Echantillon de CEM[14]

2. Synthèse et conclusions de la CEM

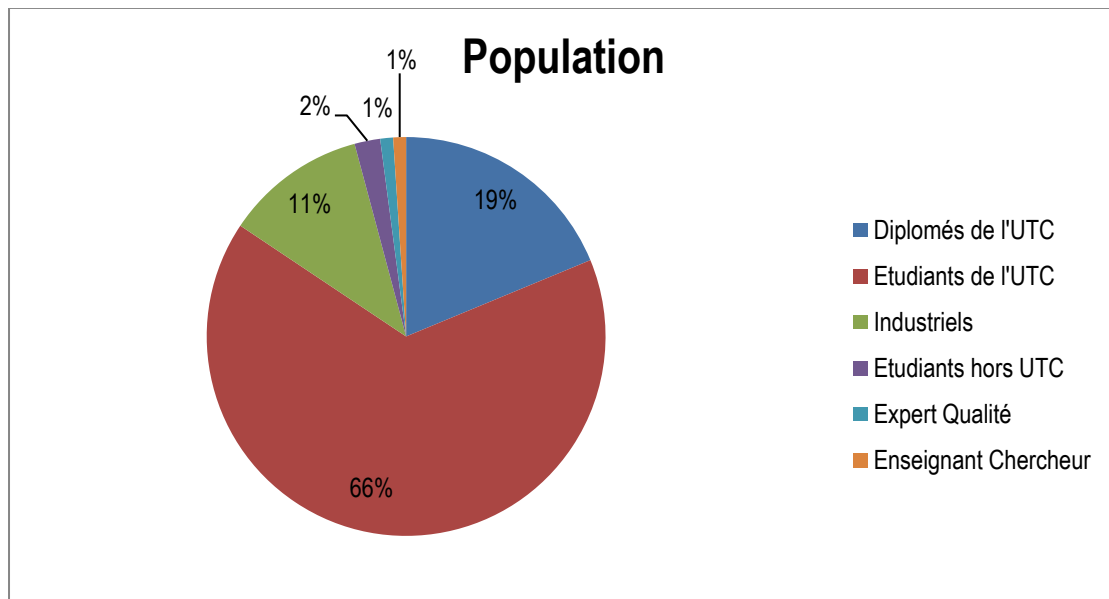


Figure 10 : Répartition des réponses par catégories[15]

Cette CEM a pour but de vérifier les attentes et besoins permettant de concevoir l'événement « idéal » pour l'ensemble des participants.

Les réponses données ont conforté le choix des solutions choisies pour le déroulement de la journée. L'accent sera mis sur des activités permettant l'échange et le travail collaboratif, notamment grâce aux ateliers (Academia) et à QualiPolis.

Le besoin d'activités permettant la transmission de connaissance a également été relevé : les activités type conférences ont été plébiscitées et considérées comme obligatoire. Ce point sera assuré par le « Quality Show », une conférence se démarquant par sa forme innovante.

NB : le détail des résultats de la CEM est disponible en Annexe 5

Cette rétro conception a donc été d'une utilité essentielle pour finaliser la conception de la journée AGORA Qualité, et de son contenu.

VIII. Analyse des risques[10]

L'analyse des risques du projet a été menée en s'appuyant sur la norme FDX50-117 Management de Projet - Gestion du risque - Management des risques d'un projet.

Afin de clarifier des notions comme le risque d'un projet, l'analyse des risques d'un projet et la gestion des risques d'un projet, voici les définitions de ces trois concepts, tirées de la norme FDX50-117 :

RISQUE D'UN PROJET

Evènement dont l'apparition n'est pas certaine et dont la manifestation est susceptible d'affecter les objectifs du projet.

ANALYSE DES RISQUES D'UN PROJET

Processus d'identification, d'estimation et d'évaluation des risques afin de décider du traitement des risques retenus.

GESTION DES RISQUES D'UN PROJET

Processus de traitement, de suivi et de contrôle, et de mémorisation des risques identifiés et des actions entreprises pour les traiter.

Ci-dessous, un organigramme qui illustre le management des risques d'un projet en accord avec les étapes préconisées par la norme :

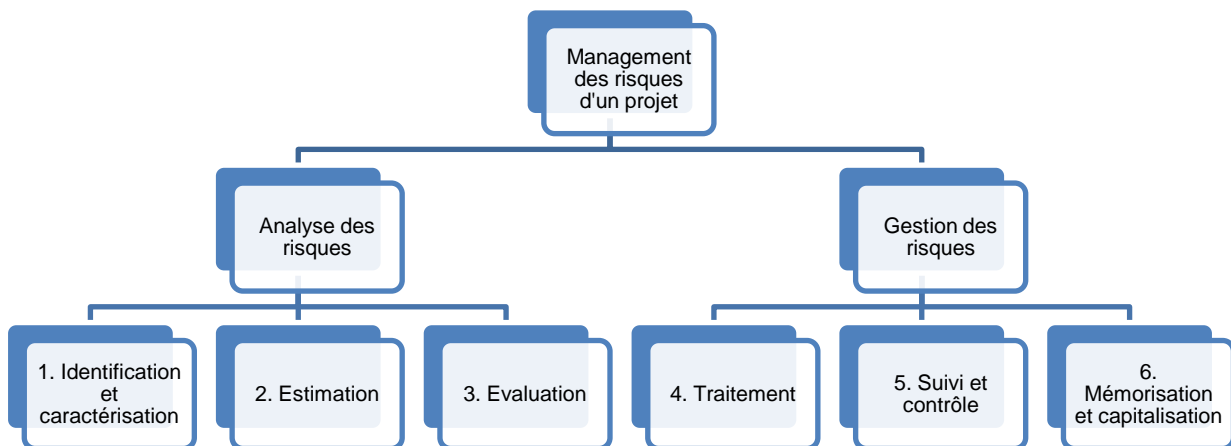


Figure 11 : Management des risques d'un projet[16]

Ensuite, une analyse des risques a été effectuée et présentée sous forme de tableau (**annexe n°6**). La probabilité et la gravité de chaque risque a été jugée en utilisant un grille prédéfinie, qui a permis une classification pertinente des contraintes de ce projet. Ce moyen a permis l'identification des actions à mettre en œuvre afin de diminuer la criticité des risques pour les maîtriser et/ou les surveiller.

Voici donc les points, jugés le plus critiques, à surveiller afin de veiller au bon déroulement du projet. Les plans d'actions à suivre pour chaque risque sont détaillés dans l'**Annexe 7**.

Financier	Budget alloué insuffisant (sans recette)	5,26%
Humain	Annulation d'un expert qualité	36,84%
	Manque d'attractivité des intervenants	
	Annulation de la part d'un invite payant	
	Originalité de l'événement	
	Ressources humaines trop faibles	
	Ressources humaines non disponibles	
Logistique	Nouveauté de l'événement	10,53%
	Locaux indisponibles	
Organisationnel	Impossibilité d'accès à l'événement	26,32%
	Délai trop court (projet validé)	
	Ressources extérieures non disponibles	
	Thèmes non attractifs	
	Ressources matériels non disponibles	
Technique	Ressources extérieures non disponibles	22,22%
	Manque de visibilité de l'événement	
	Mauvaise image de l'événement	
	Concurrence d'un autre événement	
	Projet non validé	

Point critique
Majeur à
surveiller

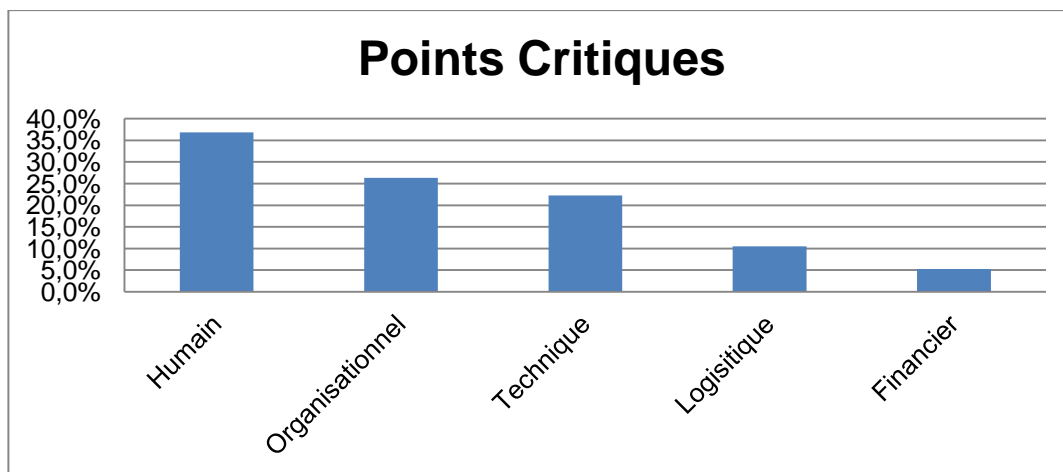


Figure 12 : Points Critiques[17]

Chapitre 3

Afin d'optimiser les préparatifs et les efforts, des responsables pour chaque sous-étape de cette phase ont été nommés. Les rôles attribués ont été les suivants :

- Responsable Intervenants
- Responsable Communication
- Responsable Sponsoring / Suivi budgétaire
- Responsable Logistique

Bien entendu, les différents responsables restent piloté par le chef du projet.

Les tâches (associées à chacun des rôles) ont été également définies afin de bien clarifier les devoirs de chacun.

Il faut noter que chaque responsable devient animateur de sa part et est censé déléguer certaines activités aux autres membres du groupe. Cette façon de procéder permet de conserver l'esprit de travail en groupe mais aussi, de diviser une charge de travail trop importante.

IX. Contenu

Il s'agit ici de la phase de définition des thèmes qui seront abordés durant la journée ainsi que la sélection des intervenants pressentis pour les présenter.

1. Choix de la thématique

Après avoir validé le plan de la journée, il faut choisir les thématiques pertinentes, intéressantes et attrayantes pour toutes les catégories d'invités.

La base de réflexion sur les thématiques est initiée par un brainstorming réalisé par l'équipe projet, afin de dégager plusieurs thèmes généraux qui semblent pertinents pour satisfaire les attentes des participants (par exemple, prendre en compte les sujets de l'UE QPO11 pour les étudiants etc).

Suite à ce travail, les idées sont soumises au porteur du projet qui les complète ou modifie. Le choix de thèmes doit être affiné afin d'assurer la pertinence de l'événement. Un avis d'experts, ainsi que des membres fondateurs du projet (Lexitis, AFQP) a été sollicité avant la prise de décision finale et validation par le porteur de projet.

Bien entendu, le nombre de sujets doit correspondre au nombre des présentations proposées tout au long de la journée.

Par exemple, dans le cas d'AGORA Qualité 2014, il a été prévu : 4 thématiques durant Quality Show et, ensuite, 4 à 6 pour QualiPolis.

Exemple de charte détaillant le thème, son objectif et le public visé :

Thème	Objectif	Cible
La qualité pour les nuls	Rendre la qualité accessible au plus grand nombre	Etudiants UTC/Néophytes
Audit / ISO 9001 V15		
TQM, La qualité clé de la compétitivité	Montrer que la qualité est une des clés pour être compétitif	PME/Industriels
Entreprise Prix AFQP	Montrer l'exemple pour les PME de se lancer dans la qualité	TPE/PME
Lean Six Sigma / TOC (Théorie des Contraintes)	Présenter une méthode à la pointe aujourd'hui	Industriels (groupe)
Six Sigma / MSP		

Figure 13 : Charte partielle thématiques[18]

2. Choix des intervenants

Afin d'attirer un nombre important des participants, il est souhaitable de viser des intervenants reconnus dans leur domaine. Le risque lié à cette stratégie est le taux élevé des refus possibles. Les personnes de haute importance peuvent facilement refuser de participer à un événement nouveau ou peu connu.

Pour assurer la présence d'un orateur intéressant pour chaque thème/créneaux horaire, il faut trouver au moins deux candidats intéressants par thème.

A cette étape, le porteur de projet apportera le plus value de son réseau et de sa visibilité. Il pourra initier des contacts et assurer leurs réponses grâce à ses relations. Ensuite, l'équipe organisationnelle pourra reprendre la communication directement avec les intervenants.

L'initiation du contact commence par l'intervenant préféré et en cas de refus, la deuxième personne peut être sollicitée.

3. Recherche des candidats pour les intervenants

La sélection est faite selon le thème, le public ciblé, le format de présentation et l'objectif de l'intervention. Tous ces éléments sont importants pour répondre au besoin de chaque groupe des participants.

Dans un premier temps, la recherche peut commencer par un « dépouillage » du réseau professionnel et personnel des membres de l'équipe organisationnelle.

Ensuite, il faut analyser les ouvrages sur les sujets sélectionnés, par exemple sur le site web de Lexitis, afin de trouver les personnes clés dans chaque domaine choisi.

Une fois la sélection terminée, le responsable intervenants devra s'assurer d'avoir au moins deux personnes couvrant chaque sujet de la journée.

Un exemple de charte contenant tous les éléments nécessaires pour bien gérer la planification du contenu de l'événement est présenté ci-dessous :

Thème	Objectif	Cible	Intervenant	Minutage	Salle
La qualité pour les nuls	Rendre la qualité accessible au plus grand nombre	Etudiants UTC/Néophytes	Jean-Marc PICARD	10h15 - 10h45 20' présentation+ 10' Q/R	Colcombet
Audit / ISO 9001 V15			Lexitis		Bessel
TQM, La qualité clé de la compétitivité	Montrer que la qualité est une des clés pour être compétitif	PME/Industriels	Pierre JOCOU	10h45 - 11h15 20' présentation+ 10' Q/R	Colcombet
			Pierre MAILLARD		Bessel
Entreprise Prix AFQP	Montrer l'exemple pour les PME de se lancer dans la qualité	TPE/PME	Directeur entreprise	11h15 - 11h45 20' présentation+ 10' Q/R	Colcombet
					Bessel
Lean Six Sigma / TOC (Théorie des Contraintes)	Présenter une méthode à la pointe aujourd'hui	Industriels (groupe)	Lexitis	11h45 - 12h15 20' présentation+ 10' Q/R	Colcombet
Six Sigma / MSP			Maurice PILLET		Bessel

Figure 14 : Charte Quality Show[19]

4. Suivi des intervenants

Après avoir obtenu la confirmation de participation des intervenants, les organisateurs doivent assurer un suivi de contact avec ces personnes.

Il faut que les intervenants soient informés des avancements et des décisions prises qui pourraient les affecter.

Les points à ne pas oublier :

- Bien clarifier le sujet d'intervention
- S'assurer d'avoir un accord commun par rapport aux conditions d'intervention (contrat, rémunération etc.)
- Transmettre la date et le temps d'intervention
- Transmettre tous les documents supports relevant, décrivant l'événement afin de mieux rapprocher sa cible et ses objectifs
- Assurer le moyen de transport aller-retour pour chaque intervenant
- Vérifier s'il n'y a pas de demandes spéciales
- Rester à l'entière disposition des intervenants tout au long de la phase préparatoire et de déroulement de l'événement.

X. Financement

1. Budget

Une étude budgétaire a été menée dans le but de déterminer la viabilité financière de l'évènement. A la suite de cette étude, nous estimons à 15 900 € le montant total des recettes pour 13 815 € de dépenses, ce qui correspond à un bénéfice de 2085 €. Cela permet à l'évènement de jouir d'une autonomie financière pour l'édition 2015.

Pour arriver à ce résultat, nous avons dû faire un certain nombre de choix. En effet, considérant la gratuité de l'évènement pour l'ensemble des participants, il fut nécessaire de trouver d'autres sources de bénéfices. Pour ce faire, nous avons choisi l'option du partenariat financier.

De plus, le master QPO ainsi que le Mastère spécialisé NQCE nous apportent un fond d'amorçage de 5 000 € ce qui participe à la réalisation de l'évènement.

Concernant les dépenses, elles concernent principalement l'accueil des participants (traiteurs, goodies, etc...) ainsi que l'accueil des experts en qualité. Bien que certains d'entre eux aient accepté de venir présenter une thématique particulière gratuitement, l'hébergement, le voyage ainsi que la restauration représente un totale de 2 900 €.

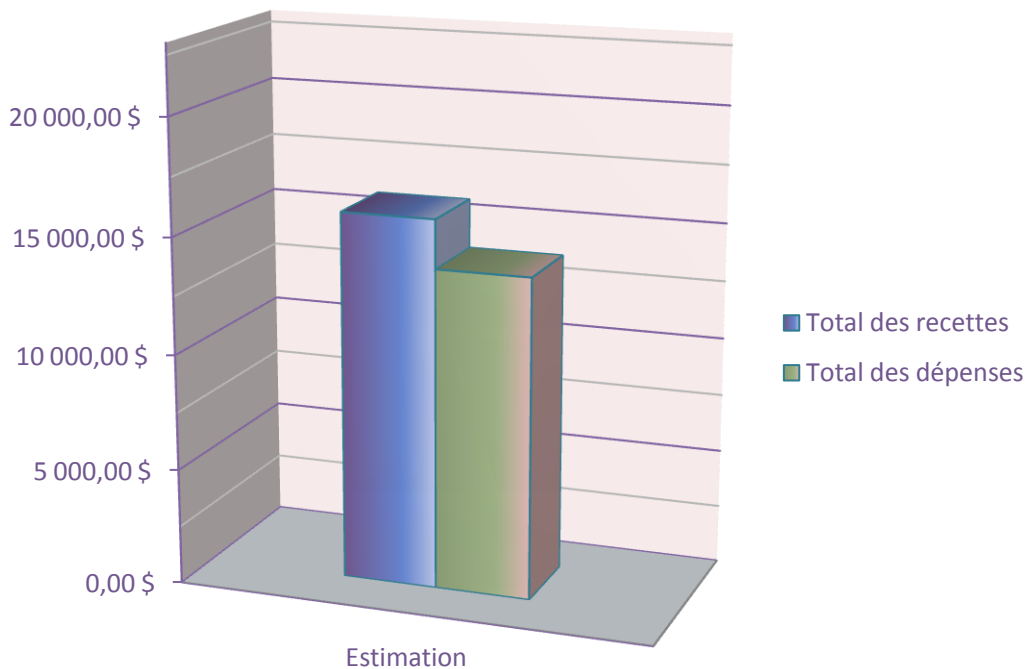


Figure 15 : bilan des recettes et des dépenses pour le projet AGORA Qualité[20]

2. Sponsoring

Cette fonction consiste à rentrer en contact avec les sponsors qui ont été pré-sensibilisés à AGORA Qualité. Leur intérêt dans la journée doit être stimulé par des arguments cohérents et puissants, préparés à l'avance. Un argumentaire de vente permet d'avoir un support argumentatif prêt. Il est fortement conseillé de prévoir les questions qui peuvent résulter de la présentation et leurs éventuelles réponses, pour garder un discours coordonné.

Deux types de partenariat ont été créés :

- Les partenariats d'échange

Les partenaires « échange » fournissent des dotations matérielles. Plusieurs options sont envisageables, à savoir :

- lots pour l'évènement (goodies, etc...)
- promotion d'AGORA Qualité

En échange, AGORA Qualité propose de placer le logo sur la plaquette de présentation de l'évènement.

- Les partenariats financiers

Les partenaires financiers fournissent à AGORA Qualité des dotations financières, dont le montant peut varier.

Dans le but de financer l'évènement, différents packs de ce type furent créés :

Pack	Visibilité offerte	Dotation	Nombre
Premium	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mise en avant des partenaires ▪ Stand Gratuit ▪ Logo sur supports 	3000 - 5000 €	2
Exposant	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stand ▪ Logo sur le site AGORA Qualité 	300 €	5
Sponsor	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Logo sur les documents et le site AGORA Qualité 	150 €	2
Soutien cité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nom de l'entreprise dans les souteneurs l'évènement 	50 €	4

Figure 16 : Partenariats[21]

Grace à Mr De Halleux, plusieurs entreprises ont été contactées pour être partenaires premiums parmi lesquelles le groupe La Poste ainsi que le groupe EDF. Areva fut également sollicité.

NB : Le budget prévisionnel d'AGORA Qualité 2014 est disponible en Annexe 9 et le détail des offres de partenariat est disponible en Annexe 10.

XI. Communication

Après avoir défini le contenu et la forme de l'événement il est maintenant important de passer à une étape clé du projet : la communication.

1. Stratégie

Dans cette partie seront présentés la méthodologie et les outils utiles pour construire une stratégie de communication performante pour un événement du type d'AGORA Qualité.

Tout d'abord, il est important de définir ce qu'est « la stratégie de communication ».

La stratégie de communication est l'art de diriger et de coordonner les actions nécessaires pour atteindre ses objectifs de communication. Dans le cas d'un événement comme AGORA Qualité, l'objectif principal est de convaincre les invités à venir participer à l'événement.

La démarche mise en œuvre pour le projet a été la suivante :

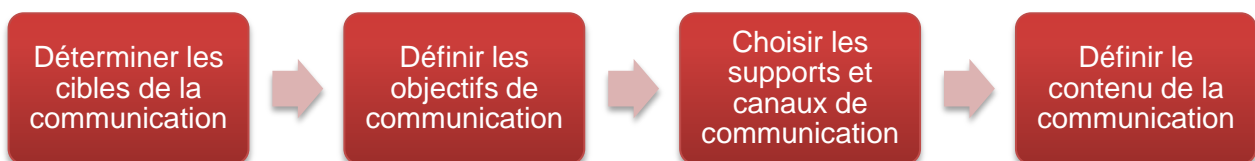


Figure 17 : Processus de Communication[22]

- Cibles de la communication:

La communication est la transmission d'un message entre un émetteur et des récepteurs.

La définition des cibles est essentielle, car elle va permettre d'engager des actions de communication adaptées au besoin de ces cibles.

Dans un premier temps, il a été défini les cibles de l'événement :

- les industriels
- les étudiants UTC
- les experts qualité

- Objectif de communication

L'objectif de communication, comme défini plus haut, est de convaincre les récepteurs de participer à l'événement.

D'une manière plus globale, quelque soit l'événement l'objectif

- Supports et canaux de communication :

De nos jours, il existe une pléthore de canaux et support de communication. Tant sur le plan matériel qu'immatériel, des canaux et supports de communication sont, donc, à disposition.

Compte-tenu du contexte, à savoir que l'événement est inconnu du cœur de cible (les industriels), la méthodologie engagée a été de se concentrer sur cette cible.

Le canal principal de communication choisi a, donc, été : internet. En effet, de par ce choix, il est possible de communiquer rapidement, efficacement et aussi d'atteindre un grand nombre de personnes facilement.

Concernant les supports de communication, le choix s'est porté sur des solutions classiques mais aussi innovantes.

Voici les différents supports mis en œuvre :

- site internet dédié
- page facebook dédiée
- profil twitter dédié

Il a, également, été créé un dossier « papier » comprenant :

- flyer de communication
- dossier de communication
- dossier de sponsoring
- brochure de présentation

- Contenu de la communication

Ensuite, en se basant sur l'aspect innovant de l'événement, le contenu à communiquer a été défini de façon à mettre en avant l'innovation qui est au centre de l'événement.

Voici un extrait du flyer de communication d'AGORA Qualité :



Figure 18 : Recto Flyer AGORA Qualité[23]

Définir une bonne stratégie de communication est donc indispensable puisque, sans elle, il est impossible de remplir l'objectif principal de communication d'un événement qui est de faire venir des participants. Si la stratégie est bien définie, elle permet d'avoir une vision globale des actions « communication » à mener.

Cette démarche permet aussi de contrôler et maîtriser la partie communication tout au long de sa mise en œuvre.

2. Admission

- Invitation :

Après avoir fixé la stratégie de communication, il faut maintenant passer l'étape de mise en œuvre.

Une des actions de communication mise en œuvre a été la partie concernant les invitations. En effet, il a été entrepris une forte campagne d'invitation pour atteindre un maximum de participants potentiels.

Pour ce qui est de la base de contacts, il a été sollicité le maximum de sources possibles. Les base de contacts des porteurs du projet, de nos partenaires, de l'UTC et personnelles ont été mises en commun afin de recueillir une liste conséquente de contacts.

Il est alors très important d'effectuer un filtrage/triage sur cette liste afin de cibler au mieux les personnes à atteindre et de personnaliser, en fonction, le message à transmettre.

Ainsi 3 catégories de cibles ont été dégagées :

- les industriels
- les sponsors potentiels

- les UTCéens (anciens et actuels)

Sur base de cette liste, une campagne d'invitation a été lancée. Le point clé pour cette campagne a été de bien cerner le besoin de nos cibles afin de les convaincre de venir participer à l'événement.

D'autre part, une communication interne (UTC) a été faite par le biais du service de communication de l'UTC. Ceci dans le but d'informer le personnel et les étudiants UTC de l'existence de l'événement et donc de les y inviter.

L'événement devient donc visible directement sur le site de l'UTC et est connu de nos 3 catégories de cibles.

- Suivi des invitations :

Une fois lancée la campagne d'invitation, il a été nécessaire d'organiser le suivi des invitations. Cela dans le but de valider les inscriptions des invités, afin notamment d'estimer l'effectif total et ainsi cadrer les aspects logistiques.

La solution retenue pour notre projet et une solution tierce et gratuite : Google Drive .

N.B : Cette solution a pour ambition, pour les prochaines éditions d'AGORA Qualité, d'être hébergée directement par l'UTC.

XII. Logistique

1. Lieux

Pour sa première édition, l'événement AGORA Qualité se déroule dans les locaux de l'UTC, plus précisément dans le Hall du Centre Pierre Guillaumat 2 et le Centre de Recherche.

Pour les éditions suivantes, il est envisagé de l'organiser au nouveau Centre d'innovation à côté du Centre de Transfert (Rond Point Guy Denielou 66, avenue de Landshut 60201 COMPIEGNE).

Pour ce faire, il faudra toujours demander une autorisation spéciale aux services généraux de l'UTC. Il faut contacter la direction des Services de l'UTC pour avoir leur accord afin d'organiser cet événement.

Après la première édition d'AGORA Qualité, il faudra réfléchir à comment formuler cette demande périodiquement. En effet, pour sa première édition, un document de communication destiné aux instances de l'UTC a été rédigé afin d'avoir une preuve écrite et signée, et de s'assurer de la disponibilité des locaux de l'UTC pour l'occasion. Ce document a été transmis par l'intermédiaire de Monsieur Gilbert Farges à Monsieur Roqueplan afin qu'il en prenne connaissance et qu'il le signe.

Pour les réservations des salles et des amphithéâtres, il faut contacter la **cellule Master**.

Pour sa première édition voici les amphithéâtres et salles qui ont été sélectionnés :

- amphithéâtre **N104** (PG2) : environ 50 places pour un des points de paroles
- salle **M102** : environ 30 places pour l'un des sponsors premiums
- amphithéâtre **Bessel** (Centre de Recherche) : environ 200 places pour le Quality Show
- salles **O122** et **O128** : environ 25 personnes chacune pour ACADEMIA

- salle **M104** : environ 15 places pour l'un des sponsors premiums

Il faudra également prévoir une salle pour s'occuper des vestiaires afin de décharger les participants de leurs affaires s'ils le désirent.

2. Matériel

Il faudra prévoir la liste de matériel suivant à se faire prêter par l'UTC.

- Tables
- Chaises
- Vidéos projecteurs
- Micros : prévoir
- Grilles métalliques
- Affiches promotionnelles : à imprimer en format A0 et A3 et à coller dans les différents bâtiments de l'UTC afin d'augmenter la visibilité de l'événement auprès du personnel et des étudiants de l'UTC et du personnel.
- Fléchage : Il faudra également prévoir un fléchage pour indiquer la direction de l'événement aux participants au sein du bâtiment Pierre Guillaumat. Et de prévoir un fléchage au niveau de la ville afin d'indiquer la direction de l'UTC aux participants arrivants en voiture depuis les grands axes autoroutiers.
- Calliquots : 2 très grandes affiches d'extérieur à mettre sur la passerelle de Benjamin Franklin et sur un lieu visuel à Pierre Guillaumat (à l'entrée ou au niveau du grillage extérieur).
- badges pour amphithéâtre Bessel

Pour calculer le nombre de matériel nécessaire à l'événement, il faut compter pour 1 stand de Qualipolis : 1 table, 2 chaises et 1 grille métallique.

Pour le **Quality Show**, il faudra prévoir de louer du matériel de spectacle, c'est à dire, des projecteurs de lumières portables à installer dans l'amphithéâtre Bessel. Il faudra voir avec Monsieur Thiroux si c'est possible de les installer afin de créer un jeu de lumières sur l'orateur expert en qualité afin de sublimer son intervention. Voici un site internet qui pourrait être utile <http://www.cas.fr/> afin de sélectionner le matériel et faire un devis.

Il faudra également envisager une sonorisation afin de jouer sur une musique de spectacle pour assurer une entrée percutante de l'intervenant. Pour la sonorisation, voir avec l'association étudiante Decibels, ils s'occupent de la sonorisation lors de tous les événements étudiants.

3. Restauration

Afin d'assurer la pause déjeuner de midi, il va falloir soit faire appel à un traiteur Compiègnais, soit faire appel au Crous (restaurant universitaire).

Christine Sellier travaillant à UTEAM conseille de faire appel au traiteur Saint-Germain environ deux semaines avant l'événement au plus tard. Il suffit de les appeler de la part de Christine Sellier tout en précisant le nombre de participants estimés afin de demander un devis et c'est UTEAM qui payera:

Saint-Germain Traiteur

36 rue Bernard Morançais

60200 Compiègne

Tél. : 0344864949

Mail : saintgermaintraiteur@wanadoo.fr

Voici ce qu'ils proposent :

Repas en livraison pour entreprise:

Repas dans vos salles

- Buffet entreprise : 23.00€ / personne
- Menu : 27.20€ / personne

Repas en livraison

- Plateau repas : 12.40€ / personne
- Plateau repas direction : 16.30€ / personne
- Buffet mange debout : 21.80€ / personne

Il est également possible de faire appel au CROUS qui d'après le retour d'expérience des anciennes fêtes de la Qualité, propose de très bon repas pour un prix très intéressant. Il suffit de les contacter et de leur demander un devis avec le nombre estimé de participants à AGORA Qualité et bien préciser que vous appelez de la part de Monsieur Farges.

4. Ressources humaines

AGORA Qualité fera appel en premier lieu à tous les étudiants du Master QPO et NQCE. Il faudra donc impliquer ses camarades à cette journée. Après la première édition qui va se dérouler le 24 janvier 2014, AGORA Qualité sera comme pour les anciennes fêtes de la Qualité, un projet pour chaque future promotion.

Il faudra donc désigner un coordinateur ou responsable de l'événement qui se chargera d'identifier en amont et de distribuer les tâches en aval pour le bon déroulement de la journée. Ce coordinateur sera l'interlocuteur privilégié des parties prenantes : les sponsors et les instances de l'UTC. Il faudra se baser sur le même organigramme que le groupe de projet fondateurs de l'événement tout en incluant les autres étudiants de la promotion afin de créer des groupes travaillant sur les différents aspects du projet.

XIII. Conclusion

L'histoire AGORA Qualité ne se termine pas ici. Toute la phase de mise en œuvre reste à réaliser, les aspects logistiques seront à boucler et le déroulement de l'événement sera à organiser au mieux avec les ressources à disposition.

Les objectifs en termes de qualité perçue de l'événement ne seront atteints qu'après AGORA Qualité, mais en partant de la fête de la qualité, il est possible de déclarer qu'AGORA Qualité rempli les objectifs qui lui ont été fixés :

- AGORA Qualité est un événement innovant, de par l'importante phase de créativité réalisée par l'équipe projet afin de proposer un programme différent et satisfaisant toutes les parties concernées. L'originalité de l'événement est avérée, et sera sans nul doute le point fort majeur dans la quête pour la renommée d'AGORA Qualité.
- AGORA Qualité substitue la Fête de la Qualité
- L'événement est centré sur l'échange entre étudiants et diplômés comme convenu, mais aussi sur le partage avec des industriels de la région. La formation Qualité de par cet événement souhaite ouvrir ses portes, et sortir du cadre UTC-UTCéens proposé par la Fête de la Qualité. L'événement a été entièrement conçu en gardant à l'esprit la présence d'industriels, et en cherchant des arguments pouvant les attirer, comme notamment la présence d'experts Qualité.
- AGORA Qualité est bel et bien l'occasion d'accroître la visibilité de l'UTC dans le tissu industriel régional, et de valoriser ses étudiants auprès d'industriels potentiellement intéressés par leurs compétences.

AGORA Qualité existe désormais sur le papier. Il s'agit maintenant de le faire vivre en 2014, et de le conduire au succès par des évolutions annuelles. AGORA Qualité tel qu'il se déroule pour sa première édition ne sera aucunement la version finale ou souhaitée initialement par l'équipe projet. L'incrémentation de cet événement chaque année par les futures promotions lui permettra de prendre de la valeur et d'accroître sa réputation pour atteindre le résultat escompté par l'équipe projet : devenir une référence nationale en termes de Formation collaborative en Qualité.

Le projet continue et perdurera à mobiliser des étudiants d'année en année, qui permettront à AGORA Qualité de devenir le challenge qu'ils devront relever chaque année.

Les bénéficiaires d'un événement de ce type sont à la hauteur des espérances des commanditaires du projet : permettre à des étudiants de s'investir dans un vrai projet afin qu'ils puissent valoriser leurs compétences en gestion de projet, tout en créant un événement de référence attirant des industriels venant de plus en plus loin pour assister à CET événement innovant.

Les réalisateurs du projet en tirent une réelle plus value, et le Master Qualité ainsi que l'UTC a plus grande échelle également. AGORA Qualité est au service de l'intérêt général pour maintenant et pour le futur ...

XIV. Bibliographie[24]

- [1] T. AMILLASTRE, F. DELAHAYE, A. GIRARD, A. LUZURIAGA, et A. OCHOCINSKA, *Matrice SWOT AGORA Qualité*. 2013.
- [2] T. GIDEL et W. ZONGHERO, *Management de projet 1, Introduction et Fondamentaux.*, Lavoisier., vol. 1. Hermes Science Publications, 2006.
- [3] AFNOR, « Management de projet - Recommandations pour le management d'un projet. FD X50 - 118, 2005, 47 p. », *Saga Web*, 2013. [En ligne]. Disponible sur: <http://sagaweb.afnor.org/fr-FR/sw/consultation/notice/1275612>.
- [4] Saga Web, « Lignes directrices sur le management de projet. NF ISO 21500. 2012, 48 p. », *Saga Web*. [En ligne]. Disponible sur: <http://sagaweb.afnor.org/fr-FR/sw/Consultation/Xml/1284584?lng=fr>. [Consulté le: 25-sept-2013].
- [5] GanttProject, *Gantt AGORA Qualité*. 2013.
- [6] G. Farges, « Les outils de base en qualité », 2013.
- [7] T. AMILLASTRE, F. DELAHAYE, A. GIRARD, A. LUZURIAGA, et A. OCHOCINSKA, *QQOQCP*. 2013.
- [8] T. AMILLASTRE, F. DELAHAYE, A. GIRARD, A. LUZURIAGA, et A. OCHOCINSKA, *Extrait du Benchmark AGORA Qualité*. 2013.
- [9] G. Farges, « Management de projet : ISO 21500 », Université de Technologie de Compiègne, 2013.
- [10] AFNOR, « Management de projet- Gestion du risque - Management des risques d'un projet. FD X50-117 (2003-04-01) », *Saga Web*, 2013. [En ligne]. Disponible sur: <http://sagaweb.afnor.org/fr-FR/sw/Consultation/Notice/1274049?directFromSearch=true>.
- [11] T. AMILLASTRE, F. DELAHAYE, A. GIRARD, A. LUZURIAGA, et OCHOCINSKA, *Phase de Créativité*. 2013.
- [12] T. AMILLASTRE, *Planning de la journée AGORA Qualité*. 2013.
- [13] J. SHIBA, D. NOYER, B. JOUSLIN DE NORAY, M. MOREL, et MOUVEMENT FRANCAIS DE LA QUALITE, *La Conception à l'Écoute du Marché - Organiser l'écoute des clients pour en faire un avantage concurrentiel*. Julhiet - Insep Consulting, 1996.
- [14] T. AMILLASTRE, F. DELAHAYE, A. GIRARD, A. LUZURIAGA, et A. OCHOCINSKA, *Echantillon du Questionnaire CEM AGORA Qualité*. 2013.
- [15] A. GIRARD, *Répartition des réponses par catégories (CEM)*. 2013.
- [16] A. LUZURIAGA, *Management des risques projet*. 2013.
- [17] T. AMILLASTRE, F. DELAHAYE, A. GIRARD, A. LUZURIAGA, et A. OCHOCINSKA, *Points Critiques du projet AGORA Qualité*. 2013.
- [18] T. AMILLASTRE, A. GIRARD, et A. OCHOCINSKA, *Charte Thématiques AGORA Qualité*. 2013.
- [19] T. AMILLASTRE et A. GIRARD, *Charte Quality Show*. 2013.
- [20] F. DELAHAYE, *Bilan des recettes et dépenses du projet AGORA Qualité*. 2013.
- [21] T. AMILLASTRE, F. DELAHAYE, A. GIRARD, A. LUZURIAGA, et A. OCHOCINSKA, *Partenariats AGORA Qualité*. 2013.
- [22] T. AMILLASTRE, *Processus de Communication AGORA Qualité*. 2013.
- [23] T. AMILLASTRE, *Recto Flyer AGORA Qualité*. 2013.
- [24] G. Farges, « Etre robuste avec sa bibliographie », 2013.

XV. Annexes :

- 1. Note de Clarification**
- 2. PDS**
- 3. Benchmark**
- 4. Fiche Technique des solutions**
- 5. Résultats CEM**
- 6. Analyse des risques**
- 7. Caractérisation des risques**
- 8. Plans d'action**
- 9. Budget Prévisionnel**
- 10. Partenariats**

1. NOTE DE CLARIFICATION : PROJET AGORA QUALITE

Version	Date de Version	Description de la modification	Effets sur les autres documents
1.0	30/09/13	Version initiale	
2.0	03/10/13	Organigramme, ajout des « Contraintes »	Modification de « Constitution de l'équipe »
3.0	04/10/13	Modification suite à validation avec Mr Farges	
4.0	18/10/13	Modification des champs de responsabilité des membres du groupe	

Contexte

L'Université de Technologie de Compiègne est une école d'ingénieurs et une université réputée à l'échelle nationale, qui est chaque année depuis 2010 l'organisatrice de l'évènement « *Fête de la Qualité* ». Cet évènement vise à mettre en relation les anciens et les nouveaux étudiants en Qualité de l'UTC à l'occasion des présentations orales des posters QPO11 (Ingénierie de Projet).

Les responsables de cet évènement, Gilbert Farges et Jean-Pierre Caliste, ont mobilisé une équipe d'étudiants de Master Qualité et Performance dans les Organisations afin de réaliser ce projet, dans le cadre de l'unité d'enseignement QPO11.

L'enjeu de ce projet pour l'UTC est d'organiser chaque année un évènement innovant d'une journée, autour de la Qualité, en augmentant la visibilité de l'école auprès des entreprises tout en assurant la pérennité du lien entre anciens et nouveaux étudiants.

Données d'Entrée

- Lettre de Mission de Mr Gilbert Farges, porteur du projet.
- Norme ISO 21 500 sur le Management de projet
- Retours d'expérience sur l'évènement « *Fête de la Qualité* »

Objet Du Projet

Phases du projet : Il s'agit de mener les phases de lancement, **créativité**, planification et de mise en œuvre du projet (ISO 21 500) pour la création d'un événementiel autour de la qualité

Lors de chacune de ces phases, le chef de projet et son équipe sont encouragés à faire preuve de créativité. Ils bénéficient de tous les degrés de liberté requis pour favoriser une démarche de conception innovante et approfondie.

Produit du Projet

Le produit du projet est la valeur ajoutée à la Fête de la Qualité, apportée par AGORA Qualité.

Livrable du projet : Proposer un « Plan Projet ». Il faudra fournir un concept innovant d'évènement ainsi que ses caractéristiques, les partenaires susceptibles d'être intéressés, un programme type et une estimation du budget nécessaire.

Le livrable final prendra, en plus du "plan projet", la forme d'un Mémoire d'Intelligence Méthodologique et d'une soutenance orale avec Poster.

Les trois jalons mis en place dans le cadre de QPO11 feront l'objet de livrables intermédiaires, selon l'avancement du projet.

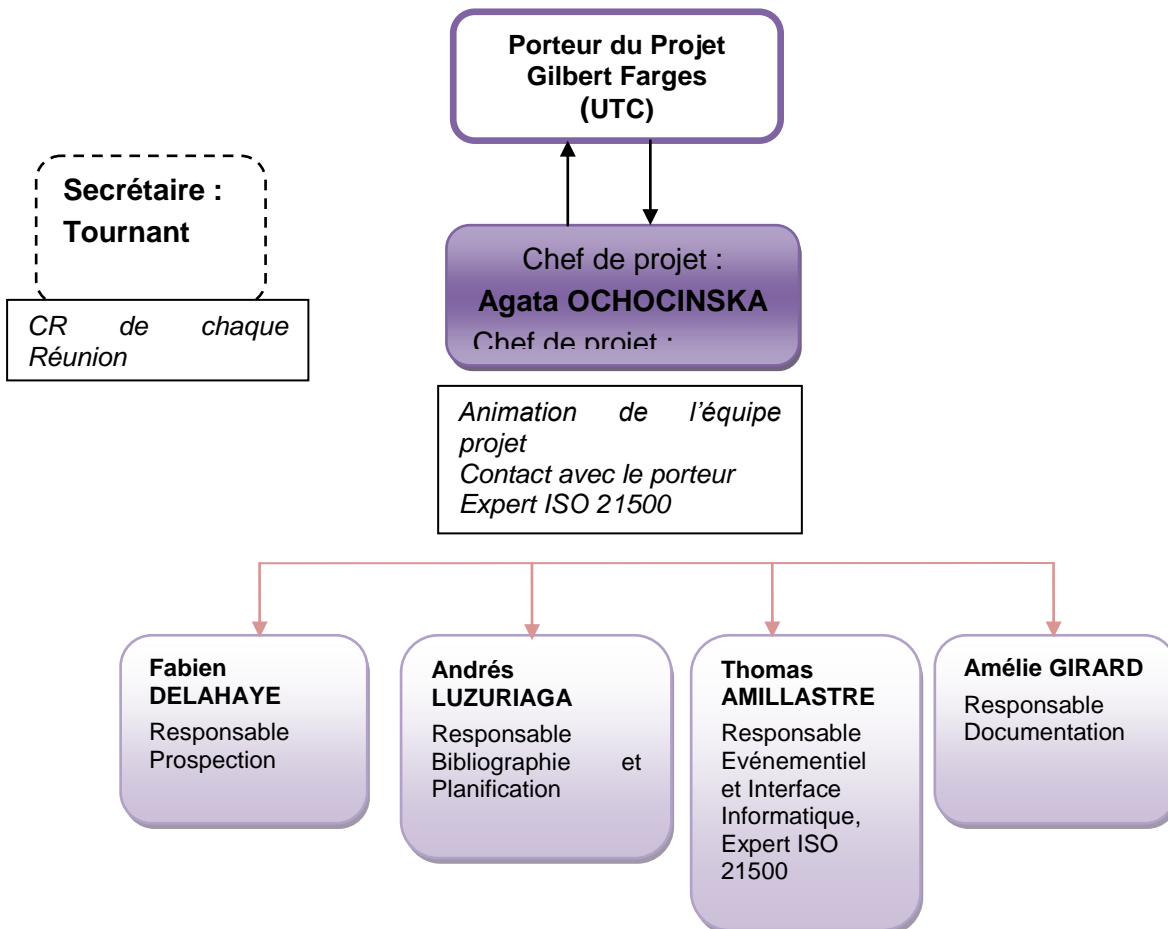
Objectifs

- **Qualité :**
 - Proposition d'un événement novateur permettant d'attirer davantage les entreprises
 - Proposition d'un événement permettant de faciliter les échanges entre étudiants (anciens et actuels) et entreprises
 - Qualité perçue de l'événement par les participants et les intervenants (pourcentage supérieur au résultat de la Fête de la qualité 2012/2013)
 - Qualité perçue en interne et en externe
- **Coût :**
 - Le cout horaire du projet ne doit pas dépasser l'estimation de la charge horaire de l'équipe projet (100h)
- **Délai :**
 - Un plan projet complet pour le 19 décembre 2013 (dernier jalon et présentation des résultats)
 - Assurer la réalisation du projet pour janvier 2014 si validée par l'UTC

Acteurs du Projet

L'organigramme ci-dessous décrit les acteurs du projet.

Nos clients sont les étudiants de l'UTC ainsi que les intervenants et partenaires sollicités pour cet événement.



Participants à l'évènement :

Le projet mobilisera des partenaires externes :

- Entreprises sollicitées
- Intervenants universitaires
- Association France Qualité Performance,
- Editions Lexitis

Ainsi que des partenaires internes :

- Etudiants et professeurs de l'UTC
- Tremplin UTC (Financement et contact avec les diplômés)
- UTeam (gestion du budget)

Support Externe :

Tous les acteurs extérieurs auront un rôle de consultation et de conseil. S'ils décident de proposer des solutions, l'intérêt du concept devra être d'abord revu et approuvé par l'équipe projet.

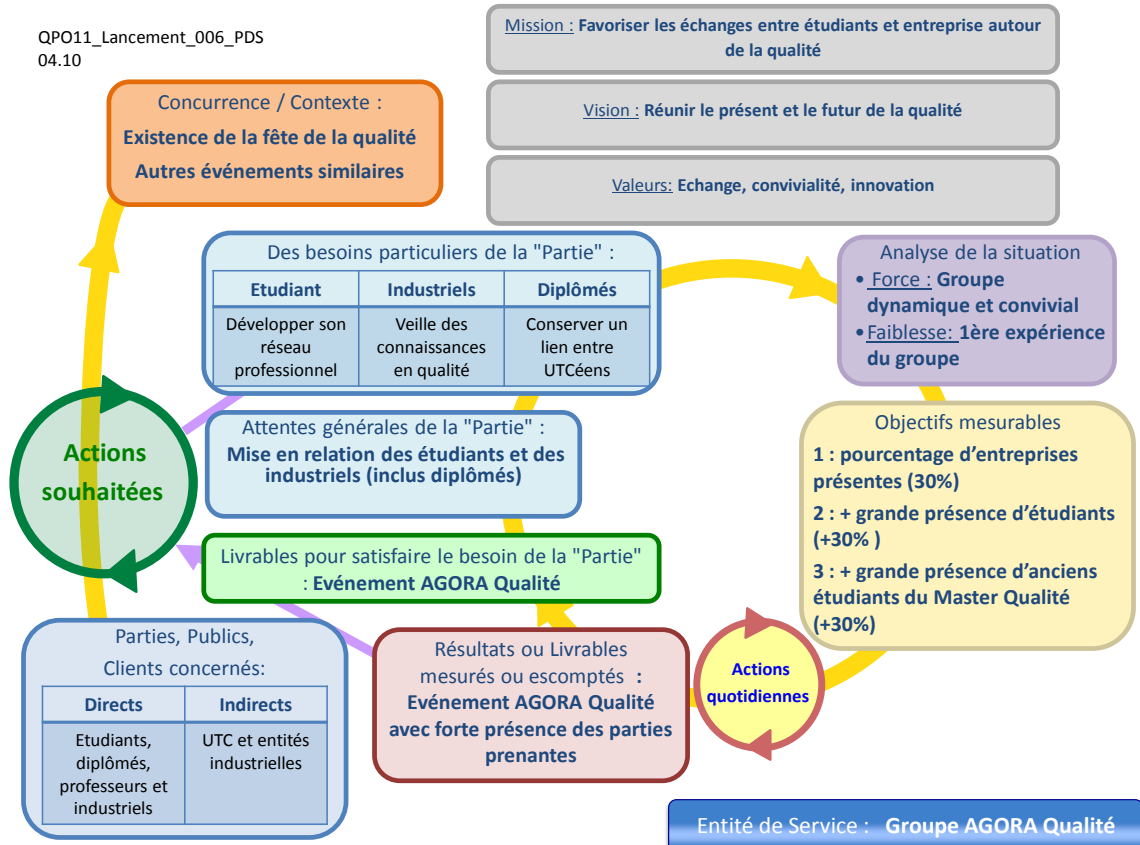
Conséquences attendues pour l'UTC

- Offrir à l'UTC une meilleure visibilité auprès des entreprises dans le domaine de la Qualité
- Conservation du leadership de l'UTC dans le domaine de la qualité et plus particulièrement dans les services
- Promouvoir les compétences des étudiants de Master Qualité
- Offrir des opportunités d'élargir son réseau professionnel pour les étudiants en qualité
- Substitution ou extension de la Fête de la Qualité

Contraintes du Projet

- Délai : Janvier 2014
- Aucune expérience préalable de l'équipe sur ce type de projet.

2. PLANIFICATION DYNAMIQUE STRATEGIQUE



3. BENCHMARK

BENCHMARK

Etude des différents symposiums

Version	Date de Version	Description	Effets sur les autres documents
1.0	01/10/2013	Version initiale	
2.0	06/10/2013	Version élargie	
3.0	11/10/2013	Mise en forme modifiée + ajout d'autres symposiums	

Nom de l'événement	Date	localisation	Durée	Thème	Points fort	URL	Coût
EOQ Quality Congress	11-12 juin 2014	Göteborg, suède	2 jours			http://www.eoq.org/home.html	

CIMQUSEF	du 18-12-2013 au 20-12-2013	Rabat, Maroc	2 jours	Management de la qualité dans l'éducation		http://ife.ens-lyon.fr/vst/AgendaColloques/DetailColloque.php?parent=actu&id=1262	
Rencontre des métiers de la santé	22 et 23 mai 2014	Strasbourg	2 jours	Management du risque en santé		http://www.qualite-securite-soins.fr/congres-de-strasbourg-fin-mai/congres-2014/	
Congrès du management de projet	27 et 28 avril 2011	Lausanne	2 jours	Management de projet		http://www.bivi.qualite.afnor.org/layout/set/print/actualites/agenda/congres-du-management-de-projet	
Qualita	20-22 mars 2013	Compiègne	3 jours	Qualité et sûreté de fonctionnement	Qualité des intervenants, domaines variés	http://qnp2012.sciencesconf.org/conference/qualita2013/pages/SS_RSE.pdf	
Congrès de Métrologie	7,8,9,10 octobre 2013	Paris	4 jours	Avancées en métrologie	Partage, tables rondes (mais pas d'étudiants)	http://www.metrologie2013.com/	Entre 873€ et 897 €
World conference on quality and improvement (ASQ)	6 – 8 Mai 2013 ;	Indianapolis	3 jours	Managing Change	Multiplés sujets ;	http://wcqi.asq.org/index.html	
	a venir :	Dallas		The Global Impact of Quality	Brochure détail tout http://wcqi.asq.org/public/itea-brochure.pdf		
	5 – 7 Mai 2014		3 jours				
Creativity and innovation : keys to 21st century learning	17 – 18 Novembre	Milwaukee	2 jours	Comment implémenter la qualité dans l'éducation	Les sujets de la qualité adaptés pour application dans l'éducation ; workshop, lectures	http://nqec.asq.org/why-attend.html	
2014 Lean and Six Sigma conf.	24 -25 Février 2014	Phoenix	2 jours	Six Sigma	Toutes les industries, toutes les branches et niveaux ; pas étudiants	http://asq.org/conferences/six-sigma/why-attend.html	
Stratégies pour une gestion optimisée de la	20-22 Novembre 2013	Paris	3 jours	Mérisse de la Performance et de la	Information et Technologie	http://www.marcusevans-conferences-french.com/language-marcusevans-conferences-event-	

R&D				l'efficacité	Sur Performance et l'efficacité ; cible R&D	details.asp?EventID=20525&SectorID=17#.UIGOZCQznu0	
Risque et Qualité pour PME et ETI	08-avr-14	Paris	1 jours	Formation : La convergence pour une meilleure performance	Journée orientée PME et ETI ; des travaux de mise en pratique	http://www.mfq-iledefrance.org/formations-2013-2014-594.php	
Intégrer la RSE dans le progrès et la performance globale des PME	15-oct-13	Paris	1 jours		Le programme adapté aux TPE et PME ; le formateur est spécialiste certifié	http://www.mfq-iledefrance.org/formations-2013-2014-594.php	
Le Lean 6Sigma pour les PME et les ETI	10-déc-13	Paris	1 jours	Comment améliorer la compétitivité des entreprises	Journée orientée PME et ETI ; nombreux exemples	http://www.mfq-iledefrance.org/formations-2013-2014-594.php	
L'EFQM pour les PME et les ETI	11-févr-14	Paris	1 jours	Des nouvelles façons de travailler	Journée orientée PME et ETI ; nombreux exemples	http://www.mfq-iledefrance.org/formations-2013-2014-594.php	
Salon MPA	14-nov-2013	Montréal	1 jours	Salon sur les meilleurs pratiques d'affaires	Lieu privilégié de rencontres pour qualitiens	http://www.qualite.qc.ca/salon-mpa http://www.qualite.qc.ca/uploads/files/programme-salon-2013.pdf	285 €
The 8th European Quality Assurance Forum	20-23 Novembre 2013	Gothenburg, Sweden	3 jours	Assurance Qualité	Comprendre comment les individus et les organisations appréhendent la qualité tous les jours	http://www.eua.be/eqaf-gothenburg.aspx	

4. FICHE TECHNIQUE SOLUTIONS

Le "Quality Show"

CONCEPT

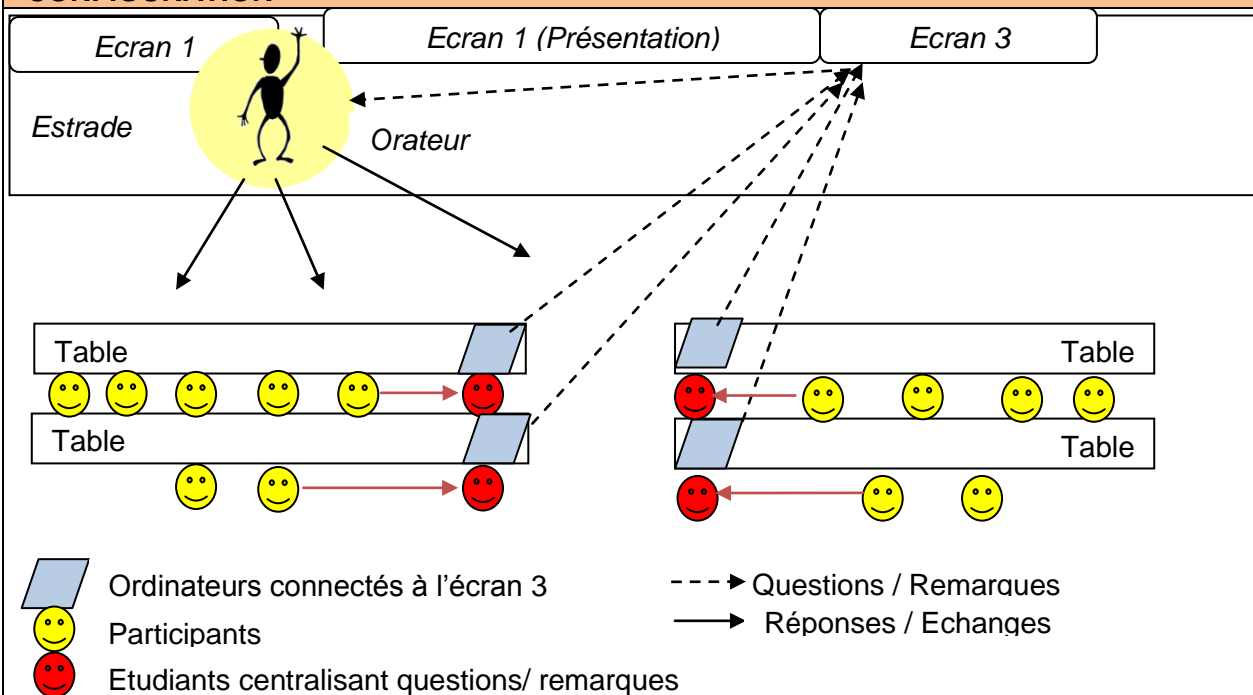
Cette idée s'inspire directement des Keynote d'Apple réalisées par Steve Jobs.

Sur un créneau horaire de 2 heures, quatre intervenants différents prennent la parole sur leur sujet de prédilection. Il est nécessaire de trouver des experts qualité charismatiques, n'hésitant pas à user de leur humour pour transmettre des messages percutants. Les sujets choisis sont dans l'idéal, des thèmes de pointes dans le domaine de Qualité, afin d'accroître l'attractivité pour l'auditoire et l'aspect innovant de la conférence.

OBJECTIF(S)

- Transmettre la connaissance de manière homogène à l'ensemble des participants en proposant une alternative attractive aux conférences traditionnelles
- Faire participer l'auditoire à la conférence : interactivité avec les intervenants
- Intéresser un public expérimenté comme un public néophyte ; satisfaire tous les participants

CONFIGURATION



QOQA (QUAND / OU / QUI / ACTIVITES)

Quand	Ou	Qui	Activités
10h15 - 12h15	Amphi Bessel	Equipe AGORA + Promotion QPO	Recueillir les réactions et questions des participants
			Contrôler la durée des interventions, couper si trop long
			Prendre le contrôle du PC - Video
		Régisseur	Gérer l'éclairage et le suivi vidéo de l'intervenant
		Expert (intervenants)	Présenter son sujet style Keynote

			Interagir avec le public
			Répondre aux questions
		Participants	Préparer des questions et réactions
			Transmettre les questions aux étudiants concernés

MATERIEL NECESSAIRE

- Grand Amphithéâtre avec dispositif d'enregistrement vidéo (possibilité de retransmission en direct)
- Rétroprojecteur
- Ecrans (x 3) (1 : projection de l'intervenant 2 : support ppt 3 : affichage instantané des questions et remarques)
- Ordinateur (1 ordinateur par rangée)
- Ordinateur pour l'intervenant
- Micro portatif
- Projecteur
- Pochettes pour les participants : stylos, carnets, brochures, goodies...

AVANTAGES / INCONVENIENTS

+	-
<ul style="list-style-type: none"> - Captive les invités - Comique - Homogénéité des informations transmises 	<ul style="list-style-type: none"> - Thèmes imposés - Conférence ne favorise pas les échanges (Alternative : interactivité garantie par les questions et remarques projetées)

QualiPolis

CONCEPT

QualiPolis consiste en un village de la qualité, où les participants pourront échanger en toute convivialité

Au centre du village, les étudiants et leurs posters seront entourés par les stands des sponsors et par les points de déclamation des experts sur des thèmes définis.

Les participants pourront alors s'arrêter, poser des questions, se renseigner ou encore échanger avec les étudiants et écouter les experts. Ce sera également l'occasion pour les industriels, de connaître plus en détails le savoir-faire en matière de qualité des étudiants QPO. Ainsi, cette configuration permet aux participants d'avoir le choix entre différents thèmes.

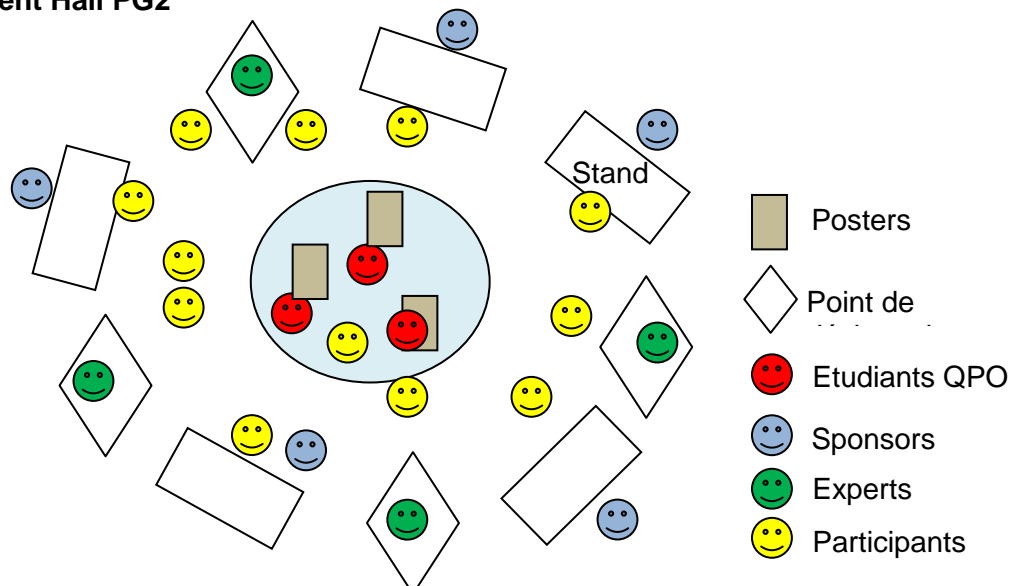
NB : QualiPolis est ouvert à tous, gratuitement.

OBJECTIF(S)

- Favoriser la convivialité et l'échange entre les participants
- Créer des liens entre les participants
- Laisser la possibilité aux participants d'avoir le choix entre les sujets qui les intéressent

CONFIGURATION

CF : Aménagement Hall PG2



QOQA (QUAND / OU / QUI / ACTIVITES)

Quand	Ou	Qui	Activités
14h00 - 16h00	Grand Hall PG2 + Couloirs + N104 et M102	Etudiants	Présenter leurs posters
			Se promener entre les stands
		Experts	Tenir son stand
			Répondre aux questions
			Faire leur intervention sur 20 minutes
		Participants	Se présenter aux stands
			Echanger et Poser des questions
		Equipe AGORA	Assurer le bon déroulement de QualiPolis
			Donner des informations complémentaires aux participants
			Orienter les participants
Traiteur	Proposer des boissons et encas		

MATERIEL NECESSAIRE

- Grille d'exposition pour les posters
- Stands (x nombres de sponsors)
- 4 points de paroles : 2 dans les salles, et 2 dans le hall/couloir
- Micro
- Chaises
- Panneaux, affichages
- Ordinateurs avec accès au réseau internet (espace informatique)
- Poufs (espace détente)
- Goodies

AVANTAGES / INCONVENIENTS

- | + | - |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Convivialité- Facilite les échanges- Echange diversifié- Possibilité de choix entre les sujets | <ul style="list-style-type: none">- Difficulté à satisfaire l'ensemble des participants- Effets de « groupes » par affinités- Logistique compliquée : organisation rigoureuse nécessaire |

Academia

CONCEPT

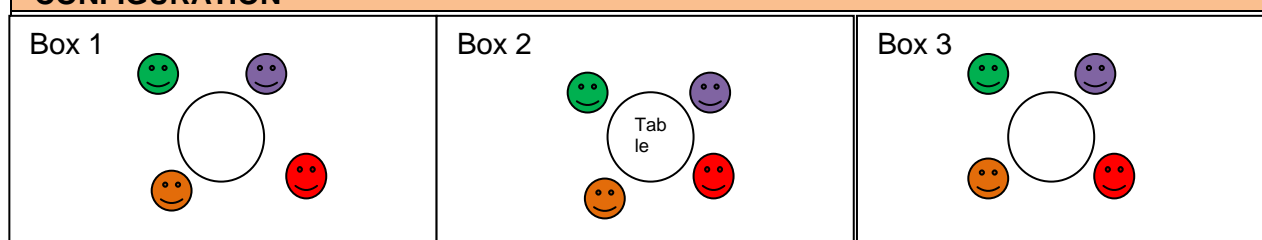
Acadèmia est un atelier collaboratif réalisé en groupe de travail pluridisciplinaire. Le principe est de r esoudre une probl ematique réelle donnée par un industriel, et de fournir un livrable à l'issue de cette collaboration.


Les groupes sont constitués de façon à mélanger industriels, étudiants, diplômés et experts.

OBJECTIF(S)

- Résolution d'un problème concret et rencontré par une PME afin de lui proposer des solutions et lui faire bénéficier de l'expertise de plusieurs parties prenantes.
- Favoriser l'échange entre toutes les parties prenantes en les faisant collaborer sur un objectif commun de résolution de problème.
- Appliquer les compétences de chacun en qualité et mettre en pratique les connaissances obtenues durant la matinée.

CONFIGURATION



 *Etudiant QPO à disposition en cas de besoin*

-  Industriel
-  Etudiants
-  Diplômés
-  Experts

QOQA (QUAND / OU / QUI / ACTIVITÉS)

Quand	Ou	Qui	Activités
16h00 - 17h30	Box PG2 (O122, O128)	Equipe AGORA	Répartir les participants en groupes
			Accompagner les groupes dans leurs lieux de travail
			Préciser les consignes aux groupes
		Participants	Travailler en groupe sur une problématique donnée
			Fournir un livrable présentant les résultats de leur travail

MATERIEL NECESSAIRE

- Box équipés d'ordinateurs, t l s, tableaux, paperboard
- Mallettes Qualité
- Problématiques de PME (**  demander à l'avance !**)
- Slides « Outils » pré-remplies (pour faciliter la rédaction du livrable)

AVANTAGES / INCONVENIENTS

+	-
<ul style="list-style-type: none"> - Stimulation des groupes - Diversité des groupes de travail - Convivialité - Application des connaissances - Plus value pour les PME demandeuses de solutions à leurs problèmes 	<ul style="list-style-type: none"> - Mise sous contrainte des invités - Sujet imposé - Livrable imposé - Scolaire

Question pour un Qualiticien

CONCEPT

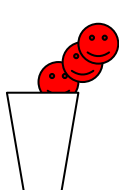
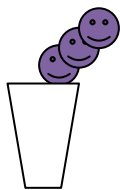
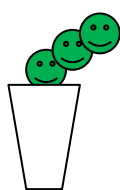
« Question pour un Qualiticien » est un jeu inspiré du jeu télévisé « Question pour un Champion » qui se déroulera après la pause déjeuner durant une demi heure. Les parties prenantes sont regroupées par équipe derrière un pupitre équipé d'un buzzer, et tentent de répondre le plus vite possible à des questions posées par un animateur à propos des conférences de la matinée.

Les équipes sont homogènes : diplômés contre étudiants contre experts contre industriels. Elles sont composées de 10 personnes choisies par tirage au sort, qui répondent chacun leur tour à une question posée par l'animateur. Ils peuvent bien entendu consulter les membres de leur équipe pour répondre à la question.

OBJECTIFS

- Proposer une activité ludique pour terminer le déjeuner sur une note humoristique et détendue
- Favoriser l'esprit d'équipe et la solidarité entre les membres d'un même groupe
- Vérifier que les connaissances de la matinée ont bien été transmises et assimilées

CONFIGURATION



Animateur



Industriel



Etudiants



Diplômés



Experts



Pupitre + buzzer

QOQA (QUAND / OU / QUI / ACTIVITES)

Quand	Ou	Qui	Activités
13h30 - 14h00	Grand Hall (PG2) ou PG1	Equipe AGORA	Animer le jeu
			Constituer les équipes
		Participants	Remettre le trophée
		Participants	Participer au jeu

MATERIEL NECESSAIRE

- Pupitres
- Buzzer (cloches, sonnettes, à voir)
- Trophée
- Questions préparées à l'avance

AVANTAGES / INCONVENIENTS

+	-
<ul style="list-style-type: none"> - Ludique et interactif - Convivial - Solidarise les groupes - Compétition - Permet de terminer le repas tranquillement 	<ul style="list-style-type: none"> - Peut ennuyer les industriels - Nécessite un bon animateur et une bonne organisation pour éviter la cacophonie - Trouver des participants motivés

Autres Solutions

Les Contes de la Qualité

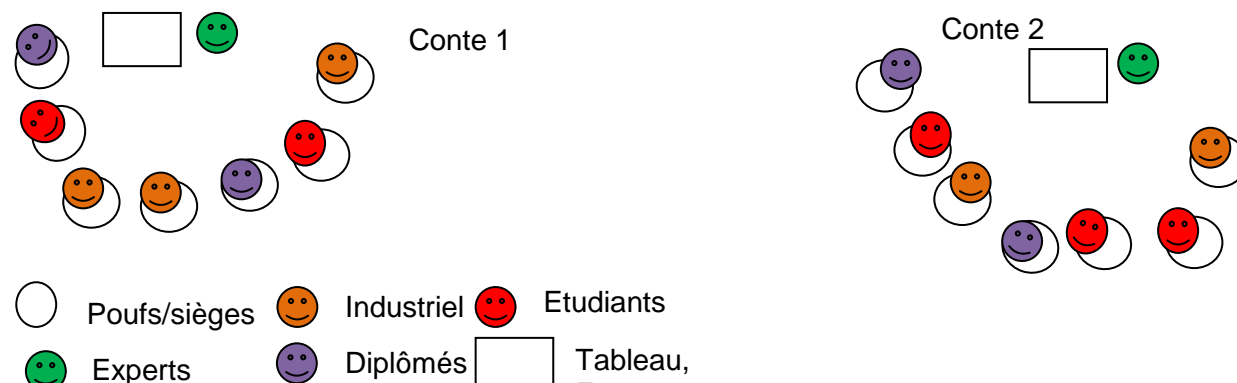
CONCEPT

Les contes de la Qualité reprennent le principe des histoires contées aux enfants. Dans un format différent et changeant des conférences traditionnelles, des espaces sont aménagés afin que des groupes de participants viennent s'asseoir et écouter « l'histoire » de l'expert sur un sujet précis. Le format est ludique et intimiste, et les contes sont racontés en parallèle, il faut donc choisir la session à laquelle on souhaite participer.

OBJECTIF(S)

- Proposer un format différent des conférences traditionnelles
- Faciliter l'interactivité car groupes de taille réduite
- Pouvoir écouter plusieurs « contes » selon ses centres d'intérêt.

CONFIGURATION



QOQA (QUAND / OU / QUI / ACTIVITES)

A faire si solution choisie.

MATERIEL NECESSAIRE

- Poufs
- Retro, écran pour supports de présentation
- PaperBoard
- Calepins et stylo pour les participants

AVANTAGES / INCONVENIENTS

- | + | - |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Convivial - Choix offert aux invités - Original - Interactivité facilitée | <ul style="list-style-type: none"> - Pas assez formel - Obligation de répétitions pour les experts (si raconté plusieurs fois) - Hétérogénéité du savoir transmis |

Le Quality Dating

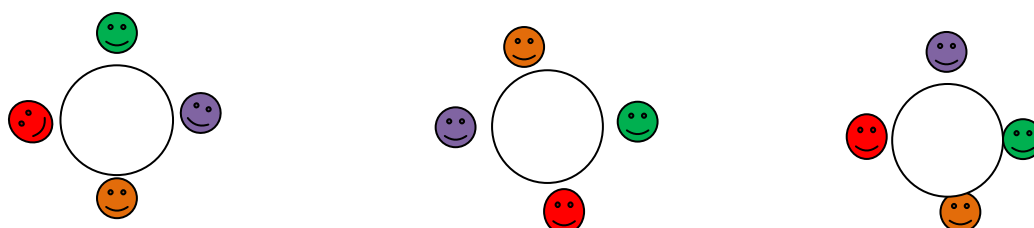
CONCEPT

Le Quality Dating repose sur le concept du Speed Dating. Des tables rondes sont organisées par thèmes, et y sont placés des participants de chaque catégorie (étudiants, diplômés, experts, industriels) qui discutent durant un temps donné. A la fin de ce temps, les participants changent de table et donc de thème de discussion, ainsi que d'interlocuteurs.

OBJECTIF(S)

- Assurer un mélange des participants
- Favoriser l'échange entre toutes les parties sur des thèmes Qualité
- Permettre d'avoir accès à une variété de points de vue
- Discuter librement

CONFIGURATION



QOQA (QUAND / OU / QUI / ACTIVITES)

A faire si solution choisie.

MATERIEL NECESSAIRE

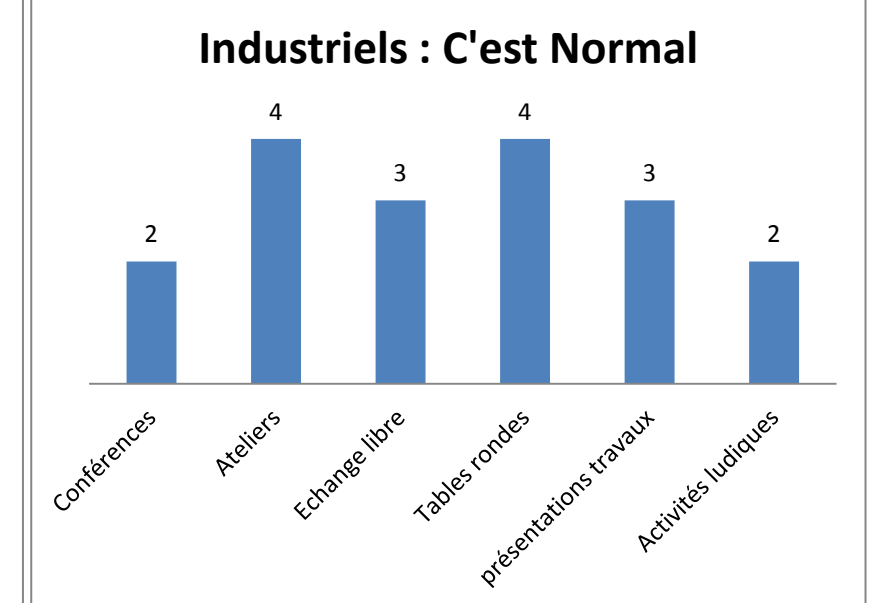
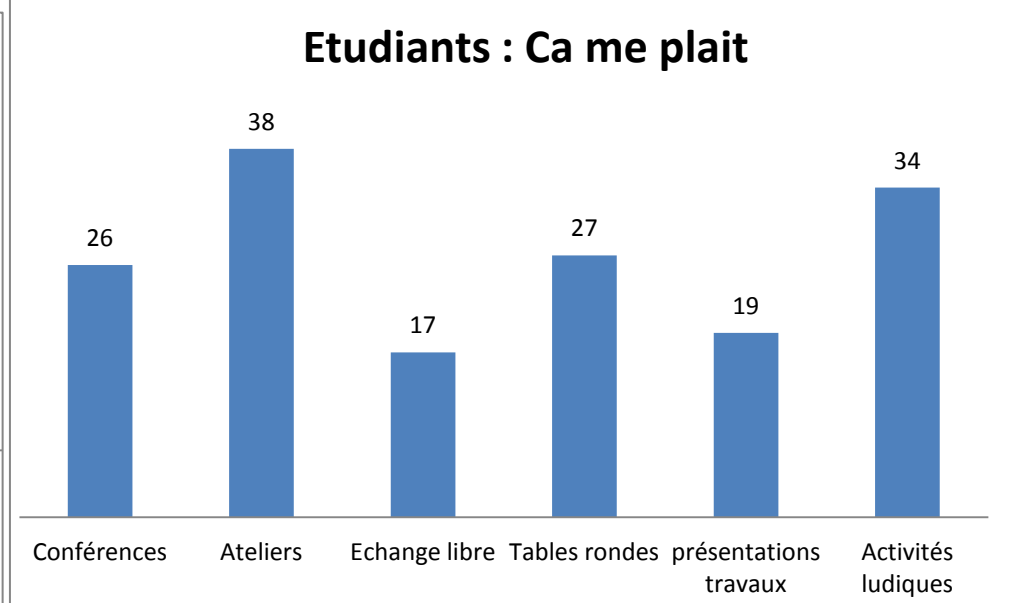
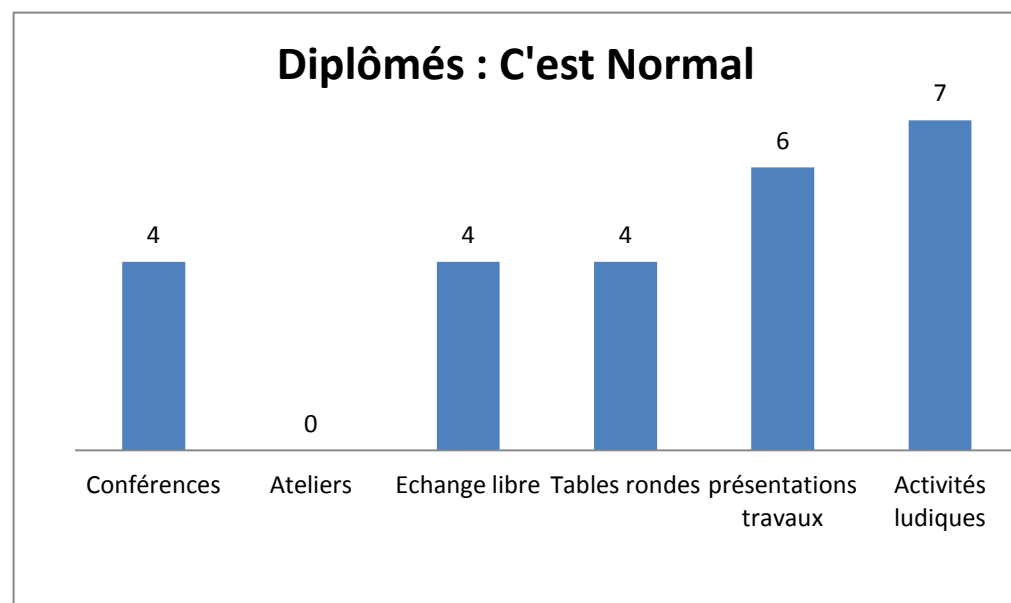
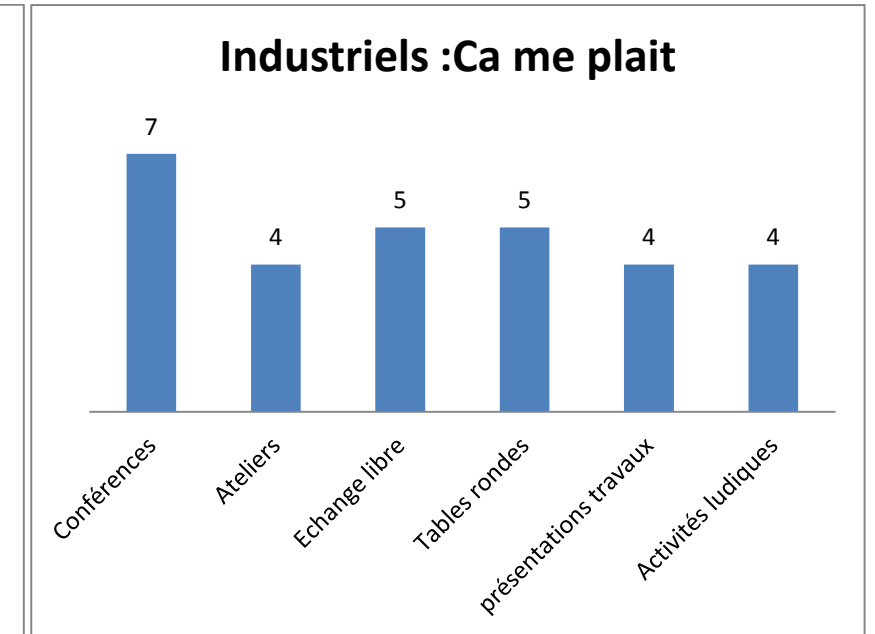
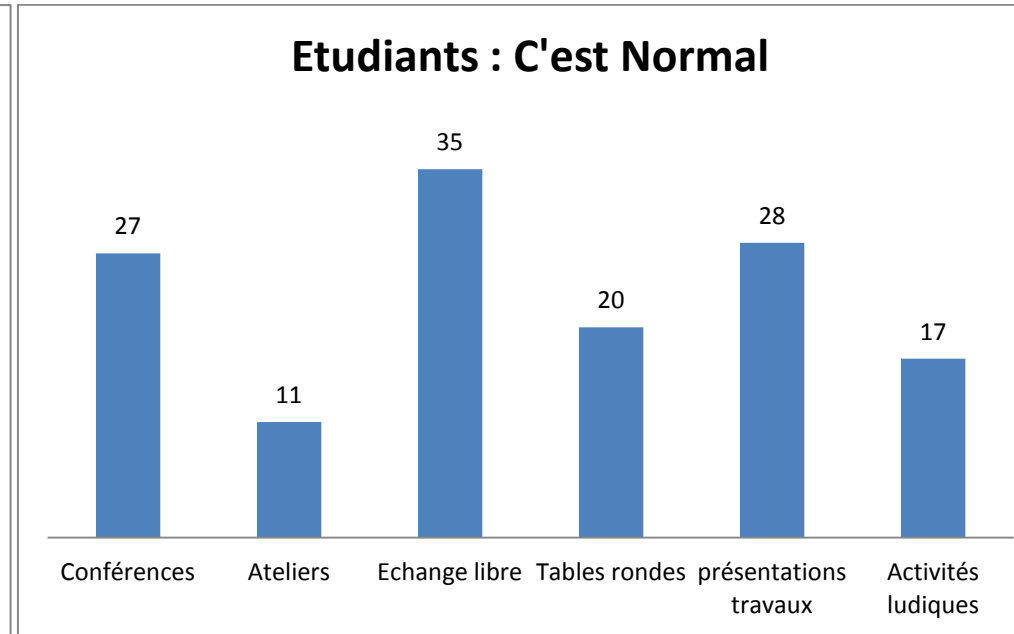
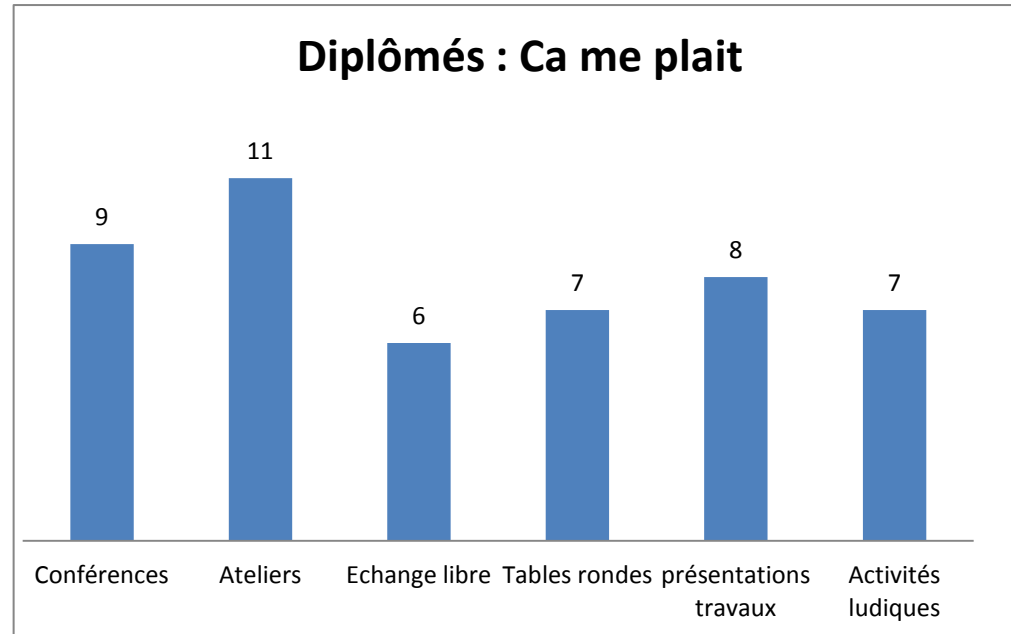
- Tables et chaises
- Chronomètre
- Animateur disponible pour donner la cadence
- Parcours défini à l'avance
- Thèmes prévus à l'avance
- Blocs notes et stylo pour les participants

AVANTAGES / INCONVENIENTS

- | | |
|---|---|
| + | - |
| <ul style="list-style-type: none"> - Variété des thèmes - Donne un rythme - Diversité entre les participants - Interactif | <ul style="list-style-type: none"> - Epuisant - Rythme à suivre obligatoire - Brides l'échange |

5. RESULTATS CEM

Réponses aux propositions : Conférences, Ateliers, Echange libre, Tables rondes, Présentations travaux, Activités



6. ANALYSE DES RISQUES

Nature	Nom du risque	Cause	Origine	Conséquences	Gravité	Probabilité	Criticité	Remarques	Solution	Gravité	Probabilité	Criticité
Financier	Budget alloué insuffisant (sans recette)	Les Partenaires/Sponsors n'allouent pas assez de budget	UTC/ Partenaires/ Sponsors	Evènement à reconcevoir ou à décaler	4	2	1	Evènement à reconcevoir	prévoir des alternatives de financement, calculer le budget au plus juste, prendre une assurance	4	1	2
Humain	Annulation d'un expert qualité	Décommandement d'un expert	Invités	Impossibilité d'assurer la session correspondante	3	3	3	Démotivation des invités	Prévoir un ou deux experts susceptibles de remplacer le 1er	3	2	2
Humain	manque d'attractivité des intervenants	Notoriété faible des intervenants (experts)	Equipe projet	Effectif faible	3	3	3		Bien cibler des intervenants de renommée nationale à minima	3	1	2
Humain	Annulation de la part d'un invité payant	Décommandement d'un ou plusieurs participants	Invités	Moins de recette	2	3	2	Effectif revu à la baisse	prévoir 10 invitations pour 1 à 2 personnes venant à l'évènement	2	2	2
Humain	originalité de l'évènement	Formes innovantes des modules de la journée	Equipe projet	Effectif faible	3	2	2		Argumenter sur les apports des modules originaux de notre journée	2	2	2
Humain	Ressources humaines trop faibles	Décommandement d'origine RH	Participant	Manque de ressources	3	2	2		Prévoir plan de "secours" pour palier un éventuel manque de RH	2	2	2
Humain	Ressources humaines non disponibles	Indisponibilité d'origine RH	Participant	Manque de ressources	3	2	2		Contacteur RH externe	2	2	2
Humain	nouveauté de l'évènement	Méfiance des invités sur la crédibilité de l'évènement	Projet	Effectif faible	3	2	2		Appuyer le fait que l'évènement soit nouveau pour convaincre	2	2	2
Logistique	Locaux indisponibles	Locaux indisponibles le jour de l'évènement Problèmes organisationnels	UTC	Impossibilité d'assurer la session correspondante	4	2	3	Evènement à reconcevoir	bien s'assurer que les salles ont été réservées à l'avance (avec une preuve écrite) et bien expliquer au personnel administratif les enjeux de l'évènement/ trouver une alternative de salles possible	3	1	2
Logistique/ Environnemental	Impossibilité d'accès à l'évènement	Mauvais temps (neige)	Climatique	Participants ne peuvent pas se rendre à l'évènement	4	1	3		S'informer sur la météo le jour J et prévoir une action "déblayage" avec la mairie si nécessaire	3	1	2

Nature	Nom du risque	Cause	Origine	Conséquences	Gravité	Probabilité	Criticité	Remarques	Solution	Gravité	Probabilité	Criticité
Organisationnel	Délai trop court (projet validé)	Projet non finalisé par manque de temps	Equipe projet	Projet non mis en œuvre	4	2	3	Projet non mis en œuvre	Optimiser le temps restant à la mise en œuvre du projet (planifier efficacement les réunions et les actions à mener) Prioriser les étapes essentielles	4	2	3
Organisationnel	Ressources extérieures non disponibles	Manquement d'un fournisseur	Fournisseur	Manque de ressources	3	3	3	Manque de ressources	Prévoir un ou deux fournisseurs de rechange par type de produit à approvisionner	2	1	1
Organisationnel	Thèmes non attractifs	Thèmes mal définis	Equipe projet	Effectif faible	2	2	2		Définir les thèmes en consensus avec les partenaires qui connaissent les besoins latents	2	1	1
Organisationnel	Ressources matériels non disponibles	Logistique UTC	UTC	Manque de ressources	2	3	2		Preuve écrite de la mise à disposition des ressources demandées + si nécessaire fournisseur "de secours" externe	2	1	1
Technique	Manque de visibilité de l'événement	promotion/prospection insuffisante	Equipe projet	Effectif faible	4	2	3	Manque de participants	Faire du benchmark et une veille bibliographique sur la publicité	3	2	2
Technique	Mauvaise image de l'événement	Mauvaise qualité de la promotion	Equipe projet	Effectif faible	4	2	3	Manque de participants	S'appuyer sur la CEM et mener une campagne de publicité efficace	3	2	2
Technique	Concurrence d'un autre événement	Autres évènements qualité	Concurrent	Effectif faible	3	1	2		Faire une bonne campagne de promotion sur base de benchmark	3	1	2
Technique/ Organisationnel	Projet non validé	Plan projet non validé	Porteur projet	Projet annulé	4	2	3		Optimiser l'organisation pour fournir des livrables à valider au Jalon 2	1	2	1

7. CARACTERISATION DES RISQUES

Echelle de gravité

Echelle de Gravité		
Niveaux	Degré	Dommmages
Mineur	1	Problèmes mineurs (logistique)
Significative	2	Problèmes majeurs (financier et logistique)
Grave	3	Changement partiel de plan de la journée (matériel et humain)
Très Grave	4	Evénement décalé d'un an (matériel et humain)

Grille de Probabilité, Gravité et Criticité (en vert, jaune et rouge respectivement)

Gravité Probabilité	1) Mineure	2) Significative	3) Grave	4) Très grave
4) Fréquent ou Peu fréquent	2	3	3	3
3) Rare	1	2	3	3
2) Très rare	1	2	2	3
1) Extrêmement rare	1	1	2	3

8. PLANS D'ACTION

Nom du risque	Nature	Cause	Origine	Conséquence	Criticité avant Plans d'action	Actions Préventives	Actions Correctives (causes)	Actions Curatives
Délai trop court (projet validé)	Organisationnel	Projet non finalisé par manque de temps	Equipe projet	Projet non mis en œuvre	3	Respecter le Planning Prévisionnel Distribuer les tâches	Améliorer l'efficience des ressources	Adapter le Planning si retard Meilleure répartition des tâches
Annulation d'un expert qualité	Humain	Décommandement d'un expert	Invités	Impossibilité d assurer la session correspondante	3	Solliciter 3 experts par thème choisi	-	Remplacer l'intervention par un Jeu / QualiPolis
Locaux indisponibles	Logistique	Locaux indisponibles le jour de l'événement Problèmes organisationnels	UTC	Impossibilité d assurer la session correspondante	3	Réserver les salles à l'avance Prévoir une organisation PG2 en option 2 Demander confirmation 2 semaines à l'avance		Réaliser l'activité dans une autre salle
Manque de visibilité de l'événement	Technique	promotion/prospection insuffisante	Equipe projet	Effectif faible	3	Benchmark Techniques publicitaires	Solliciter l'aide de professionnels Activer le réseau UTC	/
Mauvaise image de l'événement	Technique	Mauvaise qualité de la promotion	Equipe projet	Effectif faible	3	Réaliser une CEM pour identifier les attentes	Assurer une meilleure promotion Utiliser l'image de l'UTC	Amélioration de l'image pour l'année N+1 grâce au bouche à oreille
Impossibilité d'accès à l'événement	Logistique/ Environnemental	Mauvais temps (neige)	Climatique	Participants ne peuvent pas se rendre à l'évènement	3	Consulter le bulletin météorologique en avance	Déblayage avec l'aide de la mairie	Report de l'évènement
Manque d'attractivité des intervenants	Humain	Notoriété faible des intervenants (experts)	Equipe projet	Effectif faible	3	Sélectionner des intervenants de renommée nationale	/	/
Ressources extérieures non disponibles	Organisationnel	Manquement d'un fournisseur	Fournisseur	Manque de ressources	3	Prévoir 1 ou 2 fournisseurs de rechange	Accord écrit des fournisseurs et dédommagement prévu	Optimiser les ressources disponibles
Projet non validé	Technique	Plan projet non validé	Porteur projet	Projet annulé	3	Optimiser l'organisation pour fournir des livrables variables au Jalon 2	Refaire un plan projet Confier le projet à une autre équipe	Modifier le plan projet

9. BUDGET PREVISIONNEL

Total des dépenses	Estimation	Benefice
	13 814,57 €	2 085,43 €

Prestations Diverses	nombre	Prix unitair	Estimatio
Impression A4 couleur 170gr (plaquettes...)	690	0,44 €	303,60 €
Reliure (6mm) et couverture	115	1,15 €	132,25 €
Grille	10	16,94 €	169,40 €
Banderole	2	200,00 €	400,00 €
Chaises	85		0,00 €
Pupitre	4		0,00 €
Tables	15		0,00 €
Panneau affichages A0	6	21,00 €	126,00 €
Panneau signalétique A3	10	0,88 €	8,80 €
Synthese congres (Mails)	127	0,00 €	0,00 €
stands	9	27,60 €	248,40 €
sono portative (si assos dejeuner)	1	600,00 €	600,00 €
			1 988,45 €

Materiel seul	nombre	Prix unitair	Estimatio
Camera DV-CAM	1	92,40 €	92,40 €
Videoprojecteur	4	60,00 €	240,00 €
Exploitation image (bessel)	1	270,00 €	270,00 €
			602,40 €

Accueil des participants	nombre	Prix unitair	Estimatio
petit dejeuner traiteur	115	10,00 €	1 150,00 €
repas traiteur	115	15,00 €	1 725,00 €
pause	115	5,00 €	575,00 €
Cocktails	115	12,30 €	1 414,50 €
Musique Asso UTC (paye repas)	1	0,00 €	0,00 €
Pochette UTC (carton)	115	0,00 €	0,00 €
Gobelets	230	0,07 €	16,10 €
Serviette	230	0,06 €	12,65 €
Couverts	230	0,13 €	30,71 €
Assiettes	230	0,07 €	16,68 €
			4 940,63 €

Accueil des participants	nombre	Prix unitair	Estimatio
Experts (frais)	4	500,00 €	2 000,00 €
Présentateurs aux points de déclamations	5	0,00 €	0,00 €
Voyage	4	150,00 €	600,00 €
Hôtel	2	150,00 €	300,00 €
			2 900,00 €

Salles	nombre	Prix unitair	Estimatio
Bessel / Colcombet	1	668,00 €	668,00 €
Hall PG2	1	384,15 €	384,15 €
M102	1	130,00 €	130,00 €
N104 (stockage materiel, valises, etc...)	1	184,18 €	184,18 €
			1 366,33 €

Fourniture conferencier	nombre	Prix unitaire	Estimation
sacoche conferencier	127	3,23 €	410,21 €
sac conferencier	127	0,00 €	0,00 €
Badges et supports de badges	127	2,00 €	254,00 €
Stylo	127	0,61 €	77,47 €
Bloc note	127	0,50 €	63,50 €
Clé usb	127	9,54	1 211,58 €
			2 016,76 €

Uteam	nombre	Prix unitaire	Estimation
gestion des inscriptions	0	2 091,60 €	0,00 €
Gestion financiere	0	946,80 €	0,00 €

Total des recettes	Recettes
	15 900,00 €

Entrées	Estimation	Estimation Max
70	Participant à 0,00 €	0,00 €
25	Etudiants à 0,00 €	0,00 €
20	Adherent Tremplin à 0,00 €	0,00 €
5	Demandeur d'emploi 0,00 €	0,00 €
0	ARC Compiègne 0,00 €	0,00 €
0	CR picardie 0,00 €	0,00 €
1	Fond amorçage	5 000,00 €
		5 000,00 €

Exposants/Marchands	Estimation	Estimation Max
2	Pack premium à 3 500,00 €	7 000,00 €
5	Pack exposant à 300,00 €	1 500,00 €
3	Pack Partenaire AGORA et Cahiers de la Qualité 600,00 €	1 800,00 €
2	Pack Partenaire AGORA à 200,00 €	400,00 €
4	Soutien cité à 50,00 €	200,00 €
		10 900,00 €

10. NOS FORMULES DE PARTENARIATS

I. Les partenariats d'échanges

Les partenaires « échange » fournissent des dotations matérielles.

Ce que peut offrir le partenaire :

- lots pour l'évènement (mini cadeaux, goodies, objets promotionnels etc...)
- promotion d'AGORA Qualité auprès de son réseau

Ce que peut offrir AGORA Qualité :

- votre logo sur la plaquette de présentation de l'évènement
- votre logo et votre lien web sur le site de l'évènement

II. Les partenariats financiers

Les partenaires financiers fournissent à AGORA Qualité des dotations financières, dont le montant peut varier.

Pack	Description	Visibilité Offerte
Pack Premium	<p>Destiné aux partenaires principaux de l'évènement, leur contribution financière est négociable aux environs de 6 000 € HT (soit 7 200 € TTC)</p> <p>AGORA Qualité garantit une exclusivité : une seule entreprise par branche sectorielle d'activité sera partenaire de l'évènement annuel.</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ <i>Lors de l'évènement</i><ul style="list-style-type: none">- Mise à disposition d'une salle (10 à 20 personnes) pour communiquer sur un sujet de votre choix dans le domaine de la Qualité- Mise à disposition d'un emplacement pour assurer la promotion de l'entreprise (déroulant, table, 2 chaises, grilles poster)- Affichage ponctuel et périodique du logo de l'entreprise sur écran géant- Option multimédia inclus: diffusion d'une vidéo promotionnelle projetée dans le hall principal- Remerciements lors du discours de clôture de la soirée<ul style="list-style-type: none">▪ <i>Sur les supports de communication</i>- Présence du logo sur tous les documents de communication ainsi que sur la plaquette<ul style="list-style-type: none">▪ <i>Sur le site internet (permanent)</i>- Présence et mise en avant du logo sur le site web, dans l'onglet « partenaires »
Pack	Description	Visibilité Offerte
Pack Exposit	<p>Destiné aux partenaires présents lors de l'évènement. La contribution financière est</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ <i>Lors de l'évènement</i><ul style="list-style-type: none">- Mise à disposition d'un emplacement pour assurer la promotion de l'entreprise (déroulant,

	<p>supérieure ou égale à 300 € HT (soit 360 € TTC)</p> <p>Option multimédia : diffusion d'une vidéo promotionnelle projetée dans le hall principal (100 € HT soit 120 € TTC).</p>	<p>table, 2 chaises, grilles poster)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Remerciements lors du discours de clôture de la journée <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Sur les supports de communication</i> - Présence du logo sur tous les documents de communication ainsi que sur la plaquette <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Sur le site internet AGORA Qualité</i> - Présence et mise en avant du logo sur le site web dans l'onglet « partenaires »
Pack Sponsor	<p>Destiné aux partenaires de l'événement ne souhaitant pas disposer d'un stand. La contribution financière est supérieure ou égale à 150 € HT (soit 180 € TTC).</p> <p>Option multimédia : diffusion d'une vidéo promotionnelle projetée dans le hall principal (100 € HT soit 120 € TTC).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Sur le site internet AGORA Qualité</i> - Présence et mise en avant du logo sur le site web dans l'onglet « partenaires » <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Sur les supports de communication</i> - Présence du logo sur tous les documents de communication ainsi que sur la plaquette
Pack Soutien	<p>L'entreprise ou la personne est citée comme soutien à l'événement. La contribution financière est supérieure ou égale 50 € HT (soit 60 € TTC).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Sur le site internet AGORA Qualité</i> - Le nom de l'entreprise ou de la personne apparaît comme soutien de l'événement.

Pour ces partenariats, **votre interlocutrice AGORA Qualité** est :

Mme Agata OCHOCINSKA

Tél : 06 49 67 70 86 Email : agoraqualite@gmail.com

Soyez partenaire d'AGORA Qualité 2014 !

Fiche de demande de partenariat

Entreprise : _____

Adresse de facturation : _____

Nom et Prénom du Responsable (signataire) : _____

Fonction : _____

E-mail : _____

Tél. direct : _____

N° SIRET : _____

Packs Premium et Exposant :

Indiquez les coordonnées des Participants (noms, prénoms, emails, tél...)

Souhaite devenir partenaire de AGORA Qualité 2014 :

Pack Premium Somme versée : € TTC

Pack Exposant Somme versée : € TTC

Pack Sponsor Somme versée : € TTC

Pack Soutien Somme versée : € TTC

Partenaire échange Objet d'échange : _____

Date :

Signature & cachet de l'entreprise

Pour obtenir la facture, remplissez et retournez ce bulletin à :

Christine Leheutre - UTeam - Groupe UTC

66 Avenue de Landshut - CS 10154 - 60201 COMPIEGNE CEDEX

Tél : 33 3 44 23 45 30 - Courriel : christine.leheutre-sellier@utc.fr