

Exposition / Stand



TYPE D'OUTIL : **COMMUNICATION INTERPERSONNELLE EN PUBLIC**

► Voir les Fiches Conseils de Communication



Objectifs

- Sensibiliser, éveiller, éduquer



Cibles

- Grand public, communautés
- Partenaires techniques
- Bailleurs



Étapes de la réalisation

On peut organiser sa propre exposition ou bien participer à celle d'un organisateur. Dans ce dernier cas, bien se renseigner sur le matériel fourni (mobilier, stand, électricité...), la surface allouée.

CONCEPTION

Trouver un thème, un lieu d'exposition accessible, attrayant (galerie, restaurant, centre culturel...) et spacieux. Organiser la salle en fonction des contraintes techniques (dimensions des stands, éclairages, couleurs des murs...). Le plus gros du travail consiste à mettre en scène le sujet de son exposition : rassembler les informations et les images, rédiger les textes et en faire des panneaux dont il faut déterminer le format, la forme. L'expo devrait porter sur une seule grande thématique, avec au besoin la possibilité d'organiser le contenu par sous-thèmes. Faire appel, de préférence, à un graphiste pour la conception. Mener une campagne de communication efficace pour inciter le public à venir ainsi que les médias. Faire appel à un consultant ou à une agence de communication si besoin.

PRODUCTION

Choisir le type de support et les faire produire : toiles de vinyle ou de coton imprimées et tendues grâce à des supports pliables et transportables, cartons plumes (mousse polyuréthane entre 2 fines couches de carton) ou affiches fixés sur des panneaux en bois ou des grilles fournies par l'organisateur... Éviter de surcharger les stands, penser à l'éclairage, aménager un espace pour la presse et pour discuter. Mobilier : selon le budget, prévoir une ou des tables, un comptoir, des chaises, des porte-documents, des kakémonos (roller-banners). Prévoir les cartes de visites, brochures, dépliants... et si possible des rafraichissements.

Points d'attention :

Si l'expo est itinérante, penser au volume et au poids des éléments de l'expo à transporter. Dans ce cas, utiliser les structures les plus légères (style kakémonos). Prévoir des panneaux et une décoration attractifs. Mettre l'accent sur la promotion de l'événement. Assurer une présence permanente : prévoir suffisamment de personnes pour se relayer sur le stand et capables de répondre aux questions.



Contenu

Panneaux, photos, graphiques, mobilier, supports de communication.

MESSAGE

Information, sensibilisation, mobilisation. Informations pédagogiques, scientifiques.

IMAGES

Les panneaux doivent attirer le regard de loin. Les images doivent être de bonne qualité. Pas trop d'images, sinon l'œil se perd.

Exemples

Brief FIBA pour expo sur les AMP, dépliant IBAP sur exposition en Guinée Bissau, photo exposition Biosfera, photo exposition RAMPAO



Indicateurs

- Nombre de visiteurs (implique quelqu'un en charge de « surveiller » le stand, par ex., ou bien de noter le nombre de personnes ayant été amenées à lire les panneaux.
- Nombre d'inscrits sur les listes de contacts.
- Retombées média.



Capitalisation

La capitalisation d'une exposition permet de diffuser les images et vidéos à la télévision, sur les réseaux sociaux (mais aussi pendant l'expo) et/ou par DVD ou clé USB. Ce qui permet de faire vivre ou revivre ce moment à un public plus large et d'atteindre une plus grande audience. Aussi, il est important de prendre des images, vidéos, interviews et contenus tout au long de l'exposition.