

Document de préparation du JoomlaDay

Vous désirez organiser un JoomlaDay car vous pensez que votre ville, votre région ou votre pays est l'endroit idéal pour réunir la communauté autour de cet événement majeur ? Si vous avez ce document sous les yeux c'est que vous déjà pris la bonne décision : tirer partie de l'expérience de l'AFUJ pour son organisation.

Un JoomlaDay c'est en effet beaucoup de paramètres : le lieux certes, mais aussi le choix des conférences, l'équilibre financier ou bien encore la communication. Ce document va reprendre les grandes lignes de l'organisation de votre JoomlaDay, prenez le donc comme l'ossature de votre travail à venir.

La charte JoomlaDay

Un JoomlaDay est un événement ouvert à tous et seules les recettes dégagées devraient être nécessaires pour couvrir les coûts. Les journées JoomlaDay ne doivent pas servir à lever des fonds comme pour une entreprise commerciale à but lucratif. Le but d'un JoomlaDay est de fournir une occasion pour les utilisateurs de Joomla! de se rencontrer et d'apprendre ensemble. Il se doit donc d'y avoir une grande variété de sujets et, en général, une occasion pour un représentant du projet Joomla! de faire une présentation globale ou ciblée du projet.

Deux équipes différentes ne sont pas autorisées par Open Source Matters (OSM) à organiser un JoomlaDay dans le même pays / région / ville. L'équipe ayant été approuvée par OSM aura l'exclusivité de l'organisation et de l'usage du nom pour une durée de 12 mois à compter de la date de leur approbation. L'AFUJ pourra vous aider à organiser les démarches pour détenir ce rôle central.

Pour chaque équipe organisatrice du JoomlaDay, un membre sera désigné comme contact officiel la Team Joomla! Events. Si cette personne n'est pas joignable dans un délai de 30 jours un autre responsable sera désigné par l'équipe d'organisation.

La gestion financière

Une grande exigence pour l'approbation de votre demande, c'est que l'événement ne soit pas conçu pour générer des bénéfices. Un événement Joomla! pourrait offrir des ateliers et d'autres services payants, mais le but principal de l'événement ne doit pas être commercial.

Certains concepts sont clairement exclus:

- Rémunérer les conférenciers (à l'exception des frais de déplacement, de logement et de matériaux de session)
- Payer une entreprise pour organiser l'événement.
- Payer votre équipe pour l'organisation de l'événement.

Nous vous recommandons d'envisager de transférer les excédents du JoomlaDay à votre communauté Joomla! et / ou au projet Joomla!.

Les JoomlaDays devraient être soutenus pour devenir autonome. Mais si les organisateurs demandent un soutien financier de l'Open Source Matters cette aide n'est pas destinée à couvrir toutes les dépenses du JoomlaDay. Les organisateurs locaux sont responsables de la collecte de fonds pour couvrir les autres dépenses. S'il y a un excédent après l'événement cette somme doit être remboursée à OSM,

Les organisateurs du JoomlaDay cherchent à soutenir leur activité. En général, l'activité de sponsoring peut être demandée à n'importe quelle source, mais seront exclues les entreprises dont les produits ne sont pas en conformité avec la licence d'utilisation de Joomla!

Il s'agit d'éviter toute association de la marque Joomla à des violations de la licence. Toutes les entreprises doivent être en conformité avec la politique d'Open Source Matters .

Si vous avez des questions au sujet d'un parrainage vous pouvez contacter l'équipe « events team » de Joomla pour de l'assistance .

Après chaque JoomlaDay un rapport financier doit être présenté. Au minimum, il doit comprendre:

- Nombre de participants
- Total des charges
- Total des recettes
- Situation de tout excédent ou déficit
- Une liste des sponsors

Le lieu

Un JoomlaDay est par définition une grande réunion d'utilisateurs de Joomla! Ces personnes attendent du contenu, la plupart du temps sous forme de conférences et/ou d'ateliers. Il faudra donc que le lieu choisi ait une grande salle (ou amphithéâtre) pour accueillir la séance plénière et les conférences recueillant les plus grandes attentes. Il faudrait aussi avoir à disposition des salles plus petites pouvant accueillir une trentaine, quarantaine de personnes.

Il appartient à chaque organisation de déterminer si cela génère des frais d'entrée et à quel tarif. En raison de la nature des événements, nous vous recommandons de trouver un emplacement libre ou à faible coût et de ne pas faire des contrats complexes avec des sociétés de locations de salles.

Les conférences et les ateliers

Les conférences sont le cœur du JoomlaDay puisque c'est pour le contenu que vos visiteurs feront le déplacement. Le plus tôt possible ayez une réflexion sur le contenu que vous souhaitez car c'est de lui que dépendra l'organisation de vos salles. Si vous optez pour des ateliers, des petites salles suffiront et il ne sera pas nécessaire d'avoir de grandes têtes d'affiches. Par contre si vous privilégiez les conférences alors il faudra au plus vite savoir quels en seront les thèmes. Ceux qui drainent le plus de monde sont faciles à identifier car ce sont ceux qui reviennent à chaque JoomlaDay : e-commerce , sécurité, référencement, templating...

Pour chacun de ces thèmes le nombre de visiteurs peut être très important, il faudra donc en tenir compte tant pour la taille des salles que pour les autres conférences pouvant avoir lieu en même temps.

La desserte

Il faut que les visiteurs puissent se rendre facilement sur le lieu du JoomlaDay et donc prévoir un descriptif des transports locaux, la possibilité ou non de navettes, les accès routiers, etc. Idem pour les visiteurs venant d'autres pays, les correspondances aéroport ou ports. Ce point est important car vous n'aurez jamais suffisamment de monde dans votre ville pour couvrir un JoomlaDay, vous devez donc « rassurer » vos futurs visiteurs sur la facilité de se rendre sur le site choisi.

L'hébergement

Quel est le parc locatif, hôtelier à proximité ? Quels sont les coûts approximatifs et/ou par échelles de prix . Y-a-t-il des possibilités de faire de la colocation et/ou de prendre des logements à plusieurs personnes ?

Compte tenu du coût engendré pour un visiteur qui assiste à cet événement il est capital de bien montrer les solutions existantes à ce niveau. Vous pouvez également essayer de négocier avec les gérants d'hôtels situés à proximité pour obtenir des réductions sur la nuitée en expliquant le nombre potentiel de visiteurs

prévus ce jour là.

La restauration

La restauration est un point important mais pas primordial. En effet le public présent est essentiellement composé d'informaticiens qui viennent surtout pour se nourrir d'information. Si vous prépariez un congrès d'agriculteurs la réflexion sur la restauration serait différente mais ce n'est pas le cas. Montrez que des solutions sont possibles, donnez leur coûts mais ne perdez pas trop de temps sur ce sujet : un visiteur venant pour une journée pourra également se munir de moyens de restauration personnels (sandwich, etc.).

Attention tout de même à tenir compte des différentes populations si vous tenez à passer par un traiteur et/ou un restaurant : vos visiteurs peuvent être de confession musulmane ou juive ou bien encore végétariens. Tenez en compte soyez précis dans vos descriptifs internet et faites des réservations le plus en amont possible pour éviter les problèmes. Le jour même, vous aurez autre chose à faire que de régler ce type de détail.

Le nombre de visiteurs

Le nombre de visiteurs va vous donner l'importance de l'évènement. Bien entendu vous ne pouvez pas savoir au moment où vous préparez votre JoomlaDay combien ils seront exactement mais vous pouvez déterminer le nombre nécessaire pour arriver au point d'équilibre (voir partie financière). Vous aurez également besoin de savoir quel sera le nombre de visiteurs pour choisir la salle, exposer votre projet aux sponsors (coût contacts par rapport à l'investissement), le restaurateur, etc. Donnez vous trois échelles possibles :

1. L'échelle basse : je sais que nous aurons un minimum de x visiteurs. Ce chiffre peut se baser sur celui des années précédentes ou bien sur des sondages ou des enquêtes d'opinion.
2. L'échelle moyenne : c'est le nombre de visiteurs correspondant à votre point d'équilibre.
3. L'échelle haute : ce nombre correspond à votre capacité maximale d'accueil. Au delà il ne vous sera pas possible de faire la plénière et/ou de remplir plus que de raison les salles de conférences.

Pouvez-vous dire aujourd'hui sur quelle échelle de grandeur vous fixeriez le nombre de visiteurs ?

Le support média

La couverture médiatique est essentielle pour la réussite de votre JoomlaDay. Dès le montage du dossier il vous faut préparer la communication. Elle sera ventilée en trois parties distinctes.

1. La communication à partir de l'évènement : c'est le rôle du Dossier de presse. Ce dossier est capital dans votre communication puisque c'est le support physique que vous allez envoyer aux autres supports écrits, télévisuels ou radiophonique. Il servira aussi pour les demandes de sponsors et d'aide auprès des institutions. Soignez-le et mettez dans ce dossier de presse tous les éléments qui font de votre JoomlaDay l'évènement incontournable de l'année. Soignez également l'impression en prenant un imprimeur professionnel et en ne négligeant pas les options de tirage.
2. La communication en amont de l'évènement : tous les supports sont à utiliser.
 - Internet, via les blogs et les réseaux sociaux. Présenter un événement comme le JoomlaDay sans utiliser ces supports n'aurait pas de sens. Ayez donc une stratégie de diffusion en faisant monter graduellement les informations. Ne livrez pas tout d'un coup mais donnez les informations aux moments opportuns.
 - La presse spécialisée. Il existe de nombreuses revues d'informatique sur lesquelles vous pouvez diffuser de l'information, faites-en une liste.
3. La communication pendant l'évènement.
 - Invitez la presse à couvrir l'évènement. Radio, télévision locale et/ou nationale, donnez leur de l'importance et expliquez leur celle de votre manifestation.
 - Faites des interviews des intervenants et des participants. Que ce soit en audio ou en vidéo, ces interviews seront prisées sur votre site internet, ne négligez pas ce support.

Les partenaires et sponsors

Le budget d'un JoomlaDay peut devenir très vite important et monter à plusieurs milliers d'euros. Vous ne pourrez certainement pas prendre en charge le coût total et il vous faudra faire appel à des sociétés extérieures pour sponsoriser le JoomlaDay. Attention à bien respecter les consignes d'OSM citées en début de ce document et que nous rappelons ici : « **Toutes les entreprises doivent être en conformité avec la politique d'Open Source Matters** . »
(<http://opensource matters.org/license-trademark-and-copyright.html>)

Les partenaires

Ce sont généralement les institutionnels : Conseils régionaux, Villes, EPCI, etc. Les associer au projet peut se révéler très intéressant car d'une part vous pourrez bénéficier de subventions et d'autre part vous pourrez également bénéficier de support de communication (revue, site internet etc.)

Les sponsors

Ce sont des entreprises respectant la charte et ayant envie d'associer leur communication avec l'évènement. Le sponsoring peut se décliner de différentes manières : achat d'espace publicitaires, diffusion de goodies (clé USB, t-shirt, etc.), achat de support de présentation comme les stands et bien d'autres encore. Traditionnellement nous avons l'habitude à l'AFUJ de proposer des packs que nous déclinons de trois sortes, libre à vous de les adapter :

1. Le pack OR où le sponsor peut bénéficier d'une visibilité :
 - en amont de la manifestation : logo sur documents de présentation, logo ou bannière sur les sites en position OR (en CPM par exemple, visibilité sur le point presse).
 - pendant la manifestation : logo en tant que partenaire OR sur les bannières officielles à l'accueil des visiteurs (kakémono, Affiche), logo en visuel sur les panneaux d'affichage, présence sur les keynotes de la plénière, possibilité d'avoir un stand, possibilité d'insérer des documentations et des goodies dans le sac remis aux visiteurs à l'entrée. Pensez à donner des invitations à vos sponsors OR, par exemple pour 4 personnes.
 - après la manifestation : possibilité de continuer l'affichage en CPM en position OR.
2. Le pack ARGENT :
 - en amont de la manifestation : logo sur documents de présentation (en deuxième ou troisième page), logo ou bannière sur les sites en position ARGENT (en CPM par exemple, visibilité sur le point presse).
 - pendant la manifestation : logo en tant que partenaire ARGENT sur les bannières officielles à l'accueil des visiteurs (kakémono, Affiche), possibilité d'avoir un stand (plus petit que pour le sponsor OR), possibilité d'insérer des documentations et des goodies dans le sac remis aux visiteurs à l'entrée. Pensez à donner des invitations à vos sponsors ARGENT, par exemple pour 2 personnes.
 - après la manifestation : possibilité de continuer l'affichage en CPM en position ARGENT.
3. Le pack BRONZE :
 - en amont de la manifestation : logo sur documents de présentation (en quatrième page), logo ou bannière sur les sites en position BRONZE (en CPM par exemple).

- Pendant la manifestation : possibilité d'insérer des documentations et des goodies dans le sac remis aux visiteurs à l'entrée.

Le prix d'entrée

Le prix d'entrée est un élément important car c'est lui va déterminer, en partie, le nombre de visiteurs. Si vous avez un prix d'entrée élevé vous ciblez les professionnels du web et le contenu de votre JoomlaDay devra donc être en corrélation avec votre cible alors qu'avec un prix d'entrée modeste vous ciblez plus large et aurez très certainement des utilisateurs Joomla ! de tous horizons, plus attirés eux par un contenu de type information et formation.

Si vous avez suffisamment de sponsors pour couvrir la manifestation vous pouvez également faire des entrées avec réductions par exemple pour les demandeurs d'emploi ou les étudiants.

Les thèmes du JoomlaDay

Nous sommes là dans le cœur du sujet puisque ce sont les thèmes proposés qui feront le succès de votre JoomlaDay. Nous savons par expérience quels sont les thèmes les plus porteurs (templating, e-commerce, gestion de communauté, etc) mais en plus des thèmes il faudra apporter une attention toute particulière aux intervenants : quelles personnes présenteront la conférences ? Quelles sont leur implication dans telle ou telle extension ? Pourront-elles montrer aux visiteurs l'avenir de l'extension ?

Attention également à vérifier dans quelle langue sera proposé la conférence car si beaucoup d'informaticiens comprennent l'anglais ce n'est pas le cas de tous. Si votre intervenant parle une langue étrangère pensez à lui associer un traducteur. Les conférences en langues étrangères sont moins porteuses mais peuvent attirer un public plus averti et un intervenant plus haut placé dans la hiérarchie de développement de l'extension (voire le développeur lui-même).

Pendant la préparation de votre JoomlaDay découpez votre journée en session de 40 minutes minimum et d'une heure trente maximum. En fonction du nombre de salles que vous avez projeté d'utiliser vous saurez combien de conférences vous pourrez avoir. Et en fonction de la taille de ces salles vous saurez également dans lequel traiter les différents thèmes. Si cela vous est possible mettez sur le site dédié le nombre de places maximum et le nombre de places restantes cela permettra d'éviter les surprises le jour même.

La communication

L'idéal pour la communication est d'avoir une équipe dédié. Elle pourra prendre en charge l'affiche de l'évènement, la réalisation du dossier de presse, les plaquettes de présentations, la réalisation des kakémonos et plus généralement les supports proposés aux partenaires ou utiles à l'annonce de l'évènement.

La date

Chaque pays à ses spécificités comme les éléments sociaux (élections, ramadan, congés scolaires, etc), météorologiques (mousson, saison des pluies, sécheresse, etc.)

Tenant compte de ces spécificités quelles seraient à votre avis les meilleures dates pour votre JoomlaDay ?

Le prévisionnel

Préparer un JoomlaDay c'est également vérifier que l'opération sera équilibrée financièrement, voici quelques idées pour préparer votre prévisionnel, à vous de l'adapter à votre projet.

DÉPENSES

Location du lieu du JoomlaDay
Hébergement intervenants

Repas samedi soir (organisateur)
Repas Dimanche midi (organisateur, intervenants)
Défraiements transports (intervenants)
Repas des participants au Jday
Coûts communication (affiche, dossier de presse, kakemono, etc.)

Coût total estimé

RECETTES

Vente plateaux repas
Inscriptions

- tarifs réduits
- tarifs pleins

Total entrées

Sponsoring

- CPM d'affichage de pub sur sites
 - pack OR
 - pack Argent
 - pack Bronze

Total équivalent en pages
Total sponsoring

TOTAL RECETTES

BILAN :