

59^{ème} Journée Dédicaces de Sciences Po

Description générale

La Journée Dédicaces a pour vocation de faire **partager la passion de la lecture**, de faire découvrir de **nouveaux talents** et d'offrir au public l'opportunité de rencontrer des écrivains divers et renommés (P. Sollers, F. Beigbeder, F. Zeller, J. Delors, P. Poivre d'Arvor et beaucoup d'autres ...).

Elle réunit, pendant un après-midi, **plus d'une centaine d'auteurs** de littérature générale, de sciences humaines et sociales et de bandes dessinées.

Les auteurs, assistés d'un étudiant, vendent et dédicacent leurs derniers ouvrages, en rencontrant des lecteurs dans un rapport simple et convivial.

Ce principe unique fait la force de l'événement et son succès auprès des auteurs invités et des étudiants.

L'entrée est libre et gratuite.

[http:// www.journee-dedicaces.com](http://www.journee-dedicaces.com)

Objectif

Organiser la Journée Dédicaces en tenant compte des orientations définies par le BDA afin d'assurer l'ancrage et la légitimité de la JD dans le paysage parisien

- Cible : mobilisation du public de Sciences Po et ouverture à un public extérieur
- Positionnement : développement du pôle bande dessinée, maintien de la littérature générale
- Pérennité de l'événement : recherche de partenariats/subventions, maintien de qualité de la manifestation (satisfaction des auteurs, du public et des partenaires)

Atouts et Enjeux du projet

- La structure :
 - Soutien effectif des membres du Bureau des Arts ;
 - Expérience capitalisée : le projet est suivi par Sylvie Collet et Agathe Pacault
 - Equipe du projet collectif.

- Les partenaires potentiels :
Librairie La Hune, Waterman, Société Générale, Thé des Ecrivains, Mairie de Paris, Le Monde, Courrier International, France Culture, de nombreux journaux et radios inscrivant la Journée dans leur agenda

- Les ressources :
Les locaux et l'infrastructure de Sciences Po

Ce projet permet de se former aux métiers de l'événementiel et de la communication, tout en se familiarisant avec la gestion des entreprises culturelles et de leurs partenaires.

Enjeux et moyens à mobiliser

- Assurer l'**équilibre budgétaire** :
 - par le biais des partenariats,
 - par les ventes de livres (liées à la fréquentation) ;
- Mobiliser plus d'une centaine d'assistants bénévoles ;
- Mobiliser le public étudiant tout en conservant l'aspect professionnel de la Journée Dédicaces.

Ce projet implique donc un fort investissement et une solide motivation.

Calendrier

début juin 2006: réflexion sur les orientations de la Journée Dédicaces, mise à jour de la plaquette, recherche de partenariats entreprises, envoi des dossiers de subventions, recherche des parrainages de communication ;

fin juin 2006 : invitations des auteurs, création des visuels par l'agence de communication

septembre : choix des ouvrages en fonction de la rentrée littéraire et début de commande au libraire partenaire ;

début octobre : gestion des aspects logistiques et techniques, mise en place de partenariats communication, formatage du débat, aboutissement des recherches de partenariat ;

fin octobre : BAT de la plaquette, des affiches et des flyers, communication hors-media, communication auprès des étudiants de Sciences Po, finalisation des invités des débats ;

début novembre : impression plaquette, affiches et flyers, réalisation des plans de salle ;

novembre : diffusion des supports de communication, organisation des équipes pour la Journée Dédicaces ;

Novembre ou décembre (date à déterminer) : réception des ouvrages ;

Novembre ou décembre (date à déterminer) : Journée Dédicaces de 14h à 18h30

Les missions :

• **Programmation php** ;

• **Logistique** :

- Gestion des assistants ;
- Organisation du cocktail de clôture ;
- Gestion de l'accueil du public ;
- Signalétique avec l'aide du service de cartographie ;

• **Relations avec les maisons d'édition et les auteurs** ;

• **Poursuite des partenariats avec les maisons d'édition de Bande Dessinée** ;

• **Relations avec la librairie partenaire** :

- Sélection des auteurs ;
- Commande des ouvrages ;

• **Organisation du débat** ;

• **Communication** :

- Création des visuels et supports avec l'agence de communication ;
- Actualisation du site Internet
- Relation avec l'imprimeur pour les flyers, affiches et plaquettes institutionnelles ;
- Diffusion des 10 000 flyers et des affiches ;
- Communication auprès des étudiants, des autres facs et écoles ;
- Newsletter spéciale de Sciences Po, écrans plasma, tractage, ...

• **Relations presse** :

- Inscription aux agendas presse et référencement web ;
- Annonces radio (Le Mouv', France Culture, ...)
- Gestion des partenaires (Le Monde, Courrier International en relation avec le graphiste)

... et tout ce qui n'a pas encore été fait et pourrait l'être...

Budget prévisionnel : aux alentours de **7 000€**

La recherche de partenariats en nature et financiers est donc primordiale à la réussite de cet événement.

Appel à candidature

Ce projet est ouvert à 5-6 étudiants des mentions Management de la culture et des médias et Communications profondément motivés par les métiers de l'événementiel, de la communication et de l'édition, disponibles de juin à fin novembre 2006

Inscrivez-vous par mail en joignant votre CV et une lettre de motivation auprès d'Emmanuelle Gutfreund, secrétaire pédagogique des projets collectifs, emmanuelle.gutfreund@sciences-po.fr, et copie à Perrine Lacamp, chargée de mission aux projets collectifs, perrine.lacamp@sciences-po.fr.