

Voyage terminologique au pays des congrès

Charles Dupont

Volume 4, Number 3, November 1985

L'essor de l'industrie des congrès

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1080785ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1080785ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Dupont, C. (1985). Voyage terminologique au pays des congrès. *Téoros*, 4(3), 4–5.
<https://doi.org/10.7202/1080785ar>

Voyage terminologique au pays des congrès

par Charles Dupont*

Le présent texte examine la terminologie relative à l'organisation et à la tenue d'un congrès. Chaque notion clé est identifiée par un terme en caractère gras suivi de son équivalent anglais entre guillemets.

Cette présentation est non seulement nécessaire due au caractère bilingue de notre environnement, mais aussi parce que le phénomène "congrès" est largement étatsunien. Nous nous excusons de l'emploi répété du mot "congrès" qui constitue aux fins de l'article un générique pour tous les types de réunion.

Les acteurs

L'initiative de tenir un **congrès** «convention» est le plus souvent prise par une association représentant des intérêts professionnels ou sociaux. On pense, par exemple, au congrès de la Fédération internationale pharmaceutique ou à celui des Alcooliques Anonymes qui se sont tenus à Montréal en 1985. Outre évidemment le groupe intéressé à tenir un congrès, son organisation nécessite la participation de trois autres figurants: un **office des congrès**, un **hôtel** ou un **palais des congrès** et un **organisateur de congrès**. Voyons brièvement le rôle de chacun.

L'**Office des congrès** «convention bureau», organisme public chargé de la promotion d'une ville, veille à ce que chaque association obtienne les meilleurs services compte tenu de la nature de l'événement et, par voie consécutive, à ce que la réputation de la ville soit préservée pour la tenue de congrès.

L'**hôtel** «hotel» est depuis longtemps un fournisseur d'**installations** «facilities» (**salles** ou **salons** «function room» pour tenir une conférence ou une exposition ou encore y aménager une salle de presse) et de **prestations** «service» (**traicance** «catering» **interprétation** «interpretation», etc.) pour la tenue de congrès; certains sont si

tournés vers ce marché, qu'on les désigne de l'expression **hôtel de congrès** «convention hotel». Depuis quelques années, nombre de villes désirent accueillir les congrès internationaux et les grandes expositions ont été dotées d'un **palais des congrès** «convention center» dont la capacité d'accueil des installations dépasse celle d'un hôtel. Quand un grand congrès se tient dans un tel complexe, cela nécessite l'organisation d'une **centrale d'hébergement** «housing bureau» qui coordonne la participation des hôtels où logeront les **congressistes** «convention-goer; conventioneer». Enfin, les responsabilités relatives aux congrès dans ces établissements sont réparties entre le **directeur des réservations** «reservation manager», le **directeur des congrès** «convention services manager», le **directeur du hall d'exposition** «exhibit hall manager», le **directeur de la restauration** «food and beverage manager» et le **directeur des banquets** «banquet manager».

L'**organisateur de congrès** «meeting planner ou professional convention organizer» est un nouveau professionnel qui prend en charge la logistique d'un congrès pour le compte d'une association. Il ne fournit pas d'installations ou de prestations comme telles, mais il met en place, en négociant des contrats avec des **prestataires** «meeting support supplier», tous les éléments nécessaires à la tenue du congrès.

Le processus décisionnel

Le processus menant à la tenue d'un congrès s'échelonne sur une période pouvant varier de quelques mois à plusieurs années pour les grands congrès. La première décision porte le plus souvent sur le **lieu du congrès** «convention site». Il s'agit dans de nombreux cas d'une décision prise après étude des candidatures présentées par des **sections** «chapter» de l'association.

L'association confie à un **comité organisateur** «organizing committee» la responsabilité de préparer le congrès et établit avec ce comité un **calendrier** «schedule; timetable» des préparatifs. C'est, dans beaucoup de cas, à ce moment que l'association retient les services d'un **organisateur de congrès** pour compléter

l'**état-major du congrès** «convention officials».

Les établissements en mesure d'accueillir le congrès aux dates retenues sont invités à soumettre une **proposition** «proposal» dans laquelle ils précisent les prestations offertes et les tarifs. Suite à cela, l'organisateur de congrès choisit celle qui est la plus en harmonie avec la nature du congrès à tenir et fait, par le biais d'une **lettre d'entente** «letter of agreement», une **réservation d'amorce** «tentative reservation». Cette réservation tient jusqu'à une **date d'option** «option date», c'est-à-dire la date à laquelle on doit la confirmer ou l'annuler.

Le premier contrat négocié par l'organisateur de congrès avec le palais des congrès ou l'hôtel porte sur les installations à fournir, les **manifestations** «function» à accueillir et les chambres à retenir. L'organisateur s'appuie sur les données des congrès antérieurs pour évaluer les besoins, mais cherche, au départ, à retenir le maximum d'installations et de chambres pour obtenir les meilleurs **tarifs** «rate». Ce contrat comprend, toutefois, une (parfois plusieurs) **date de confirmation** «cut-off date» qui oblige l'organisateur, x jours avant l'ouverture du congrès, à s'engager à payer pour les installations et les chambres retenues ou à en remettre une partie. Le même processus se déroule pour les **réceptions** «1 - food function (langage technique) 2 - reception (langue générale)» pour lesquelles il doit préciser le nombre de **couverts** «cover» bien qu'ici il conserve une **marge** «leeway».

L'organisation

L'organisation d'un congrès, comme il a été mentionné plus tôt, est un long processus nécessitant la préparation d'un **scénario** «convention resume» des manifestations (nature, horaire, etc.) et pour chacune des manifestations, un **plan d'allocation** «function sheet» précise l'aménagement désiré, l'équipement nécessaire et même le **plan de table** «seating list» s'il s'agit d'une réception. Le scénario et le plan d'allocation sont des documents dont le contenu se précise à mesure qu'approche l'événement.

* Charles Dupont est terminologue principal au sein des services linguistiques d'Air Canada et est auteur du *Vocabulaire du tourisme* (Linguatex, 1979) et du *Dictionnaire de l'hôtellerie et de la restauration* (Sodilis, 1981). Les termes cités dans le texte forment un extrait d'un manuscrit non publié.

Pour assurer le succès et le bon déroulement du congrès, l'organisateur doit penser en fonction de trois groupes: les participants, les conférenciers et la presse.

La tenue d'un congrès doit être abondamment annoncée si on veut attirer le maximum de **participants** «participant; attendee». Aussi, on fait parvenir aux membres de l'association une **brochure** «pamphlet» annonçant le **thème** «theme» et les dates du congrès, le **programme préliminaire** «preliminary program» et les **frais (droits) d'inscription** «registration fee». Ce document renferme un **bulletin d'inscription** «registration form» sur lequel les intéressés pourront mentionner le **type d'hébergement** «accommodation type» désiré et les **activités sociales** «social function» auxquelles ils comptent participer. L'envoi comprend aussi de la **documentation touristique** «sightseeing literature» sur les **attractions** «attraction», les **tours de ville** ou **visites touristiques** «sightseeing tour» et les **circuits pré- ou post-congrès** «pre- or post-convention tour» offerts.

Au moment de l'**inscription** «registration», le personnel a déjà en main la **liste des participants** «list of participants» inscrits et il est prêt à remettre les documents (**badge** «name card; badge», **coupon-repas** «meal ticket; meal voucher» et **bons** «voucher» pour les activités, **programme** «program», etc.) dont aura besoin le congressiste.

Les **conférenciers** «speaker» forment un groupe important dans un congrès, car leur nom, sans mentionner leurs idées, peut attirer des participants. Une attention particulière doit être accordée au **premier conférencier** «keynote speaker» qui prononce le **discours d'ouverture** «keynote speech» et au **conférencier invité** «guest speaker» qui prend la parole à l'occasion d'une réception, puisque souvent ces gens donnent le ton à l'événement. Les conférenciers doivent recevoir des instructions précises afin que leur **communication** ou **exposé** «paper» demeure pertinent par rapport au thème du congrès et, surtout, ne dépasse pas le temps accordé dans le programme. Parfois, pour éviter qu'il y ait trop d'exposés mineurs, on offre la possibilité d'une **présentation par affichage** «poster presentation».

Dans les grands congrès où il y a plusieurs **langues de travail** «working language», il faut retenir les services d'**interprètes** «interpreter» et fournir des **écouteurs** «receiver» aux participants. Cela permet au conférencier de s'exprimer dans un des langues de travail du congrès, alors que de la **cabine d'interprétation** «interpreter room» on transmet une traduction dans toutes les autres langues.

Enfin, la **presse** «press». Si le congrès a des objectifs précis en terme d'impact professionnel, social ou commercial, il faut en informer le public en tenant des **conféren-**

ces de presse «press conference» ou en émettant des **communiqués** «news release» aux **agences de presse** «news agency». Les relations avec la presse sont confiées dans les grands congrès à un **attaché de presse** «press officer».

La présence de journalistes nécessite la distribution d'**accréditations de presse** «media credential» et la remise d'un **cahier de presse** «press kit» donnant les grandes lignes du congrès, des informations sur l'association, les conférenciers, etc. Cette présence requiert aussi l'aménagement d'une **salle de presse** «newsroom; press room» pour mener des entrevues et d'autres travaux professionnels.

Comme dernier point technique sur la préparation d'un congrès, nous abordons les **plans d'aménagement** «floor plan» des salles. Les États-Uniens sont passés maîtres des différentes façons de disposer chaises et tables et de leur attribuer un nom évocateur. Cet aspect de la préparation d'un congrès ne doit pas être négligé, car le confort des participants et leur degré d'attention aux exposés en dépendent; aussi, l'**écartement** «space» entre les chaises et le **pas** «distance» entre les rangées doivent être soigneusement calculés.

Les aménagements les plus souvent retenus sont, pour les grandes salles, l'**aménagement en amphithéâtre** «theater style setup», en **salle de classe** «classroom style setup» et en **hémicycle** «senate style setup». Pour les groupes restreints, les types d'aménagement les plus courants sont l'**aménagement en cadre** «hollow square setup», l'**aménagement en anneau** «hollow circular setup», la **table en fer à cheval** «horseshoe setup», la **table en E, T ou U** «E-shape, T-shape or U-shape setup», et la **table rectangulaire** «board of directors setup».

Lorsque le congrès comporte aussi une **exposition** «exhibition» ou un **salon** «trade show», une organisation plus vaste doit être mise en place. Il faut réserver un **hall d'exposition** «exhibition hall», préparer un **manuel de l'exposant** «exhibitor manual», répondre aux **demandes de stands** «application for space», prévoir les **temps de montage** «move in» et de **démontage** «move out», veiller à la **répartition des stands** «booth assignment» et à leur aménagement, déterminer si l'**entrée est libre** «open admission» ou **payante** «charge admission», etc.

Pour ce qui concerne les **stands** «booth», ou **kiosques** comme on dit au Québec, leur présentation est en fonction de l'aménagement global de l'exposition. Les types les plus courants sont: les **stands à trois façades** «peninsula booth», les **stands îlots** «island booth», les **stands de ceinture** «perimeter wall booth» (ceux-ci encerclent le hall d'exposition) et les **stands stan-**

dards «standard booth» (les uns collés aux autres avec une seule façade).

Le déroulement

Pour terminer, faisons un court rappel des trois grands moments d'un congrès, c'est-à-dire les **cérémonies d'ouverture** «opening ceremonies», les travaux comme tels et les **cérémonies de clôture** «closing ceremonies».

Patronnée par un **président d'honneur** «president of honour», la **séance d'ouverture** ou **inaugurale** «opening session» marque le coup d'envoi du congrès. Par la suite, les congressistes prennent part à des **ateliers** «workshop», participent à des **séminaires** «seminar» ou encore assistent à des **conférences thèmes** «theme conference» et à des **panels** «panel» avant de se réunir périodiquement, ou à la fin du congrès, en **séance plénière** «plenary session». Cette séance plénière constitue souvent la **séance de clôture** «closing session» où les premières conclusions du congrès sont avancées.

La dernière fonction officielle du comité organisateur est généralement la publication des **actes** «proceedings» du congrès pour un compte rendu fidèle des conférences, exposés et débats. †

Bibliographie sommaire

Sources françaises

BAILLY, J.-C. *Compte rendus du 1er séminaire international des directeurs et directeurs techniques des centres de congrès et d'expositions - L'audio-visuel au service des palais des congrès*. Genève: Institut international de recherche sur les congrès, s.d. 36 feuillets.

BOUDON, Marcelle. *Comment organiser rencontres et sessions*. Paris: Le Centurion, 1974. 71 p.

DUCHESNE, L.R. *Manuel de l'organisateur de congrès*. Bruxelles: Union des associations internationales, 1961. 98 p.

LANGUAR, R. et al. *Congrès, séminaires voyages de stimulation*. Paris: PUF, 1980. Que sais-je? no 1855.

SPEECKAERT, G.P. *Les divers types de réunions internationales, l'aménagement des salles, l'équipement et les services*. Bruxelles: Union des associations internationales, 1967. 127 p.

Sources anglaises

ASTROFF, M.T. and Abbey, J.R. *Convention Sales and Services*. Dubuque (Iowa): C. Brown Co., 1978. 448 p.

BERKMAN, Frank W. *Convention Management and Service*. East Lansing (Michigan): The Educational Institute of the American Hotel and Motel Association, 1978. 230 p.

Functional Room Set-Up Manual. New-York: Hotel Sales Association, 1969. 44 p.

IAPCO. *Glossary of Conference Terminology*. Milan: Meeting and Congressi, 1982. 15 p.

Convention an American Institution. Cincinnati: International Association of Convention Bureaus, 1958. 138 p.

LAWSON, Fred. *Conference, Convention and Exhibition Facilities. A Handbook of Planning, Design and Management*. London: The Architectural Press, 1981. 268 p.

Convention Liaison Manuel. Washington: Convention Liaison Council, 1980. 103 p.