



Guide Journée européenne des Bunkers

Un guide pratique pour organiser
une Journée européenne des Bunkers dans votre pays
avec Atlantikwall Europe

Voici un résumé du vaste manuel pour l'organisation d'une Journée des Bunkers nationale, dans le cadre de la European Bunker Day, la Journée européenne des Bunkers. Le vaste manuel est basé sur la Journée des Bunkers aux Pays-Bas, un événement qui existe depuis six ans, qui est organisé professionnellement, et dont le budget s'étend de 140.000-160.000 €. Pour les pays qui organisent pour la première fois une Journée des Bunkers à part entière, sous l'égide de la Journée européenne des Bunkers, un autre niveau d'ambition s'applique. Cela explique l'existence de cette version abrégée et adaptée, qui vise à aider les partenaires de manière détaillée à organiser une Journée des Bunkers dans un délai de 4 à 5 mois.

Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union



Table des matières

Plan de projet	4
Entrée	5
Date	5
Diffusion d'informations.....	6
Moyens.....	7
Site Internet.....	7
Réseaux sociaux.....	7
Matériel de promotion et campagnes	8
Tableaux d'information	9
Promenades	9
Visites guidées	10
Véhicules et navires historiques.....	10
Reconstitutions historiques.....	10
Projection de film	10
Conférences.....	10
Images historiques	10
Théâtre et histoires	11
Programme périphérique pour enfants	11
Chasses au trésor	11
Carnet de missions	11
Petite pièce de théâtre.....	12
Vente de billets.....	13
Approche des médias.....	14
Demande de permis	15
Plan de sécurité	16
Les trois derniers mois	17
Annonces sur les réseaux sociaux	17
Annonces dans des magazines d'histoire en ligne et hors ligne.....	17
Campagnes de rue.....	17
Réseaux sociaux.....	17
Livret programme.....	18
Visibilité	19
Bénévoles	19

Disposition des informations pour les participants	19
La Journée des Bunkers en question.....	21
Coordinateur de presse.....	21
Communiqué de presse	21
Après la Journée européenne des Bunkers.....	22
Analyse des visiteurs	22
Suivi sites de bunkers	22
Entreposage des matériels	22

Plan de projet

Rédigez un plan de projet, basé sur des lignes principales, avec un budget pour orienter vos plans et vos idées. Consacrez suffisamment d'attention à l'aspect instructif, au marketing et à la communication.

En principe, la Journée des Bunkers est un événement éducatif, et il est donc important de bien décrire les informations que vous souhaitez précisément transmettre à vos visiteurs. Notez les objectifs pédagogiques, et indiquez comment vous souhaitez les réaliser. Il suffit de penser à des visites guidées, des conférences, des projections de films, des expositions et des pièces de théâtre. Chaque objectif pédagogique dispose de ses propres outils d'apprentissage.

Le marketing et la communication doivent assurer la publicité de la Journée des Bunkers et attirer des visiteurs. Pour cette raison, décrivez vos objectifs de marketing. Quel résultat souhaitez-vous obtenir par vos efforts de marketing ? Il suffit de penser au nombre de visiteurs, mais également à la portée dans les médias. Décrivez votre groupe-cible en communication. Celui-ci diffère parfois du groupe-cible de la Journée des Bunkers. Supposons que votre groupe-cible soit composé de familles, dans ce cas, votre groupe-cible en communication peut correspondre aux femmes âgées de 30 à 45 ans. Car souvent, ce sont les femmes qui décident des excursions familiales. Décrivez ici avec précision les moyens de communication que vous gérez vous-même (site Internet, réseaux sociaux, éventuellement une newsletter) et la portée de ces canaux. Décrivez également comment vous souhaitez atteindre votre groupe-cible.

Lors de la rédaction de votre plan de projet, prenez simultanément contact avec des participants potentiels. Partagez votre vision et vos plans, et communiquez ouvertement sur les attentes que vous avez d'un participant. Organisez de préférence une réunion de démarrage avec les participants potentiels. Les participants sont non seulement des gestionnaires et des propriétaires de bunkers, mais par exemple également des musées, des acteurs, des organisations avec des véhicules historiques, des groupes de théâtre ou des établissements de restauration.

Un aspect fondamental de la Journée des Bunkers est l'ouverture du patrimoine du Mur de l'Atlantique (« Atlantikwall ») qui n'est normalement pas accessible. Il suffit de penser à des bunkers qui sont encore ensevelis, situés dans des jardins privés, ou alors à des entreprises qui utilisent des bunkers. Ces ouvertures particulières contribuent également au succès de la journée. Il est donc judicieux de débattre prématurément avec les communes, les propriétaires de bunker ou les entreprises qui possèdent des bunkers pour étudier les possibilités d'ouverture. Et de répertorier ce qui serait nécessaire pour permettre une ouverture sécuritaire (par exemple des travaux d'excavation).

!! Prévoyez toujours suffisamment de budget marketing. Car sans public, vos efforts seront vains.

Entrée

Décidez dans un stade précoce si vous souhaitez demander une entrée à vos visiteurs, et ce que vous ferez de l'argent. La recette ira-t-elle à l'organisation de la Journée des Bunker, ou aux sites bunker participants ?

Date

Déterminez dès que possible le jour et la date. Vous pouvez opter pour une date qui a une signification historique pour le Mur de l'Atlantique ou la Seconde Guerre mondiale. Cet événement historique peut faire partie intégrante de la raison d'organiser la Journée des Bunkers.

Contrôlez toujours si aucun autre grand et/ou important événement est planifié pour la date que vous aviez en tête. Si l'autre événement adhère clairement au sujet du Mur de l'Atlantique ou de la Seconde Guerre mondiale, les événements peuvent se renforcer mutuellement. Dans d'autres cas, l'attention de votre événement sera perdue et le nombre de visiteurs sera nettement inférieur.



. Aux Pays-Bas, l'on utilise des bracelets en guise de billets d'entrée.

Diffusion d'informations

Les visiteurs doivent pouvoir retrouver des informations concernant la Journée des Bunkers. Un look professionnel renforce en outre la confiance dans l'événement.

Préciser dans la base :

- Le nom de l'événement, soyez conséquent quant à l'utilisation du nom
- La date et les heures de la Journée des Bunkers
- Une description de la Journée des Bunkers
- Site(s) à visiter lors de la Journée des Bunkers

Moyens

Site Internet

Créez de préférence votre propre site Internet pour l'événement (par exemple Bunkerdag.nl), au lieu d'héberger l'événement auprès de différents sites Internet existants, par exemple des musées de bunker. Car alors, la diffusion des informations sera fragmentée, certainement si tous les sites Internet ne publient pas les mêmes informations. Le site Internet nécessite quelques pages de base :

- Page d'accueil avec une brève introduction à la Journée des Bunkers, la Journée européenne des Bunkers et le Mur de l'Atlantique d'Europe (« Atlantikwall »). Plus tous les logos.
- Page avec un aperçu des participants et du programme
- Page avec un aperçu géographique des sites
- Page avec des informations sur la vente des billets et les billets. Quand il n'y a pas de billets en vente, les gens souhaitent également en être informés. Dans ce cas, vous pouvez partager d'autres informations pratiques sur cette page.
- Les coordonnées de l'organisation (éventuellement en bas de page)
- Page avec les conditions générales. Vous y décrivez les règles de jeu de la Journée des Bunkers. Vous pouvez retrouver en annexe un exemple des Conditions générales de la Journée des Bunkers aux Pays-Bas. Si vous comptez prendre des photos ou enregistrer des films lors de l'événement, il vaut mieux le signaler ici.

Créez le site Internet en respectant l'identité visuelle de la Journée des Bunkers (voir manuel d'identité visuelle).

Si la création de votre propre site Internet n'est pas (encore) réaliste, développez alors des pages Internet ?

Réseaux sociaux

Choisissez les canaux des réseaux sociaux qui correspondent à votre groupe-cible, et déterminez les canaux que vous pouvez activement actualiser. Cela n'a pas de sens de créer un compte sur des réseaux sociaux si ensuite, vous ne pourrez pas y publier du contenu approprié, ni l'entretenir par manque d'effectifs.

LinkedIn est une plate-forme professionnelle, et nous ne l'avons donc pas retenue pour atteindre le grand public. Sur Twitter, il est uniquement possible de publier des messages très courts, et donc le contexte et l'histoire sous-jacente ne seront pas suffisamment mis en avant. Instagram est surtout orienté sur les visuels. Comme nous avons également du contenu à transmettre, nous n'avons pas retenu ce moyen de communication. Snapchat vise surtout un public-cible jeune et est trop désinvolte pour un sujet chargé d'histoire tel que le Mur de l'Atlantique. Il s'agit de choix effectués par l'organisation néerlandaise. Bien entendu, il est possible d'utiliser plusieurs canaux, pour autant que le contenu convienne.

Matériel de promotion et campagnes

Quand la vente des billets démarre, vous souhaitez en informer vos visiteurs potentiels. Sans actions de marketing, il y a peu de chance que votre événement attire beaucoup de monde.

Pour ce qui concerne la création de matériel de promotion, il faut toujours respecter les consignes suivantes :

- Less is more : placez le moins possible de texte
- Mentionnez toujours : Journée des Bunkers, la relation avec la European Bunker Day, la date, le site Internet, les logos
- Image forte : essayez d'éviter un groupe-cible spécifique sur l'affiche, sauf s'il s'agit réellement de votre groupe-cible principal. Par exemple : si vous créez une affiche avec des enfants dans un bunker, vous séduirez moins rapidement les jeunes.

Attention !!

Tout graphisme doit être exécuté dans un style conforme à l'identité visuelle de la Journée européenne des Bunkers. Et il faut également toujours mentionner les logos européens et le logo d'Atlantikwall Europe. Il faut en outre reprendre les logos des éventuels sponsors et de dispensateurs de subventions sur tous les imprimés.

Programme périphérique

Les vestiges physiques de l'Atlantikwall constituent le lien de rattachement entre les différentes histoires reliées au Mur de l'Atlantique, à des endroits spécifiques. Il peut s'agir des conséquences de la construction et de la présence du Mur de l'Atlantique pour les habitants de la côte, des aspects militaires (fonctionnement du Mur de l'Atlantique, atterrissage des alliés, guerre aérienne et maritime), de la répression et de l'oppression (travaux forcés, évacuation forcée et démolition), ou simplement de la vie des soldats et des relations entre les Allemands et la population civile. Les activités lors de la Journée des Bunkers se basent sur ces histoires pour présenter le contexte du patrimoine du Mur de l'Atlantique et pour inciter le public à y réfléchir.

Différents moyens peuvent être déployés à cet effet.



Tableaux d'information

Ces tableaux doivent parer aux premiers besoins d'information des visiteurs. Car beaucoup de visiteurs ne disposent pas de suffisamment de connaissances de base sur le Mur de l'Atlantique. Les informations spécifiques pour les sites sont également importantes. Le type de bunker et la fonction de la construction peuvent être décrits de manière simple et accessible. Si possible, le tableau d'information peut référer à certains aspects encore visibles de la fonction du bunker. L'ajout de photos historiques permet au visiteur de se faire une meilleure image du bunker.

Promenades

Grâce à l'organisation de promenades guidées, il est possible de cadrer la fonction des bunkers individuels dans le contexte de tout le Mur de l'Atlantique (et de son entourage). Les capacités

narratives d'un guide peuvent alors fortement contribuer à la compréhension de l'ampleur de cette construction de défense et de son influence sur la société ou l'entourage. S'il n'y a pas assez de guides, vous pouvez également proposer des promenades sur papier. Dans ce cas, l'itinéraire est décrit, tout comme les points intéressants rencontrés par le visiteur en cours de route. Si possible, la promenade existe aussi en format numérique.

Visites guidées

Les visites guidées sont idéales pour transmettre des informations. Le récit du narrateur, complété avec les aspects visuels des environs, laisse une impression durable auprès du visiteur. Et les visiteurs auront également l'occasion de poser des questions sur le bunker et sa fonction.

Véhicules et navires historiques

On peut utiliser des véhicules historiques pour faire la navette entre différents sites de bunker avec des visiteurs. Si ceci n'est pas réalisable, les visiteurs apprécient déjà le fait de faire un petit tour ou de se faire prendre en photo dans le véhicule.

Reconstitutions historiques

Reconstituer des événements historiques à l'aide de vêtements, matériel et équipements originaux permet de créer une expérience particulière pour le public, à condition que cela se déroule avec intégrité. Soyez donc vigilants et évitez des reconstitutions trop orientées sur le côté allemand ou des actes de combat, et communiquez toujours bien le message que vous souhaitez véhiculer lors de la Journée des Bunkers.

Projection de film

Il existe des projets éducatifs sur la Seconde Guerre mondiale ou le Mur de l'Atlantique à de nombreux endroits. Faites donc usage de ces projets et du matériel qu'ils ont développé. Il est également intéressant et apprécié de montrer des représentations historiques, avec commentaires ou non.

Conférences

Les conférences constituent un moyen idéal pour approfondir certains sujets. Les experts de différents secteurs peuvent se charger de courtes conférences thématiques, qui coïncident avec une visite au site.

Images historiques

Il existe beaucoup d'images qui montrent à quoi ressemblaient les villages et les villes qui faisaient partie du Mur de l'Atlantique au cours de la Seconde Guerre mondiale. Le fait de montrer de telles images aux endroits où les photos ont été prises à l'origine, permet aux visiteurs de se faire une idée de l'impact du Mur de l'Atlantique. Simultanément, de grandes affiches avec des photos attirent l'attention des passants et leur indiquent le chemin vers les sites de la Journée des Bunkers.

Théâtre et histoires

Des pièces de théâtre jouées dans et autour des emplacements, montrent l'impact énorme des événements de la Seconde Guerre mondiale de façon tangible.

Programme périphérique pour enfants

Lors de la Journée des Bunkers néerlandaise, il s'est avéré que l'événement attirait énormément de parents avec des enfants âgés de 7 à 12 ans. De nombreuses activités susmentionnées conviennent également à ce groupe-cible, par exemple des projections de film, des pièces de théâtre, des véhicules historiques et des visites guidées. Toutefois, il peut également s'avérer utile de développer certaines activités spécifiques pour des enfants.

Chasses au trésor

La mise en place d'une chasse au trésor le long des sites de bunker lors de la Journée des Bunkers est une manière de conscientiser davantage les enfants à l'histoire des bunkers. Le bunker deviendra non seulement un objet passionnant dans lequel on peut grimper, mais il dévoilera également lentement son histoire.

Carnet de missions

Aux Pays-Bas, l'on a développé un carnet de missions spécial pour les enfants de 8 à 12 ans. Le carnet de mission reprend des questions d'ordre général, pour que l'on puisse y répondre à tous les emplacements. Le carnet aide les enfants à mieux regarder et à augmenter leurs connaissances du patrimoine.



Petite pièce de théâtre

Faire revivre des personnages historiques frappe l'imagination des enfants. Faire appel à des acteurs pour raconter des récits fait revivre l'histoire, certainement en combinaison avec des emplacements de bunker historiques. Tandis que des reconstitutions historiques montrent surtout le côté de l'armée, le théâtre permet au contraire de faire parler la voix du peuple.

Vente de billets

Si l'on opte pour un accès payant à la Journée des Bunkers, nous conseillons d'opter pour une combinaison de vente en ligne et hors ligne. Il faudra décider à quoi ressemble votre billet d'entrée, et de son format. Aux Pays-Bas, l'on utilise un bracelet comme billet d'entrée valable.

Un billet électronique est un format de billet parfait quand vous disposez de 1 seul site. On peut scanner le billet électronique 1 seule fois, et il est donc impossible de le copier. Si vous disposez de plusieurs sites, il n'est donc pas possible de scanner le même billet à plusieurs endroits.

Aux Pays-Bas, la vente de billets démarre environ deux mois avant la Journée des Bunkers. Pas de vente de billets ? Il faudra toutefois compter le nombre de visiteurs.

Approche des médias

Les mensuels et hebdomadaires font partie des médias à longs délais. Leur délai de livraison correspond à environ 4 à 6 mois. Il est donc conseillé de les contacter dans un stade précoce.

Beaucoup de médias ont besoin d'images pour illustrer l'article ou la publication. Veillez donc à mettre des jolies photos, adéquates et de qualité suffisante, à la disposition des médias. Pour une publication dans des médias imprimés, il faut souvent fournir des photos de minimum 300 dpi (dots per inch, ou ppp, points par pouce).

Préparez un (ou plusieurs) communiqué(s) de presse qui éveille(nt) l'attention de tous. Juste l'organisation d'un événement ou le démarrage de la vente de billets ne suffisent généralement pas. Des ouvertures particulières attirent par contre fortement l'attention.

Les chaînes média, dont les chaînes locales et régionales, sont parfois à l'affût de contenu et d'informations. Il peut donc s'avérer très pratique d'engager une collaboration avec la radio et la télé pour bénéficier de visibilité et d'attention gratuites pour la Journée des Bunkers et la European Bunker Day.

Pour les personnes qui veulent ouvrir un bunker



Demande de permis

Si vous souhaitez ouvrir un bunker qui n'est normalement pas accessible au public, vous devrez probablement solliciter un permis. Il est donc très pertinent de savoir quelles parties détiennent le contrôle du bunker et du territoire dans lequel se trouve le bunker. Il peut s'agir de différentes parties !

Veillez à impliquer toutes les parties à temps, et de solliciter leur avis. Le trajet de permis varie en fonction des emplacements, mais il est valable minimum 3 mois d'avance.

Si vous comptez solliciter un permis, il faut en tous les cas savoir :

- Ce que vous souhaitez précisément ouvrir
- Quel est l'itinéraire pour accéder au bunker
- Le nombre de personnes attendues
- Quand vous souhaitez démarrer les travaux (par exemple creuser)
- Comment vous comptez protéger le bunker (par exemple si vous ouvrez le bunker un jour à l'avance).
- Quand le bunker sera à nouveau fermé
- Comment le bunker sera à nouveau fermé
- La situation dans laquelle vous laisserez le site autour du bunker
- Un plan de sécurité relatif à l'ouverture du bunker.

Plan de sécurité

Il est judicieux d'établir un plan de sécurité pour chaque événement, dans lequel vous répertoriez tous les risques. Ce plan de sécurité fait en outre partie de votre demande de permis.

Le plan de sécurité fait en tous les cas mention de :

Analyse des risques du bunker ouvert. Il suffit de penser à :

- Incendie, par exemple causé par un éclairage temporaire dans un bunker qui contient également des matériaux inflammables.
- Oppression, suffocation et autres incidents dans un bunker avec trop de monde.
- Blessures à la tête lorsque le passage est trop bas.
- Légères égratignures et contusions causées par des bunkers difficiles d'accès.
- Blessures causées par des coupures d'éclairage (électrogène)

Les mesures de sécurité que vous prenez pour limiter les risques sont par exemple :

- Installation d'extincteurs dans le bunker.
- Contrôle des foules en limitant l'accès à un nombre limité de personnes à la fois.
- Le port obligatoire d'un casque lorsque le passage est trop bas.
- Faire appel à des équipes de secouristes pour aider lors de petites blessures.
- Prêter des lampes de poche aux visiteurs en cas de risques de coupure d'éclairage.

Le plan de sécurité ne doit pas être un document fort développé. Il est surtout important de réfléchir aux risques et solutions, et d'en informer les autres responsables des bunkers.

Les trois derniers mois

Dans cette phase, toute l'attention se porte sur comment accroître la notoriété de la Journée des Bunkers et stimuler d'éventuelles ventes de billets ou inscriptions. Les activités mentionnées dans le plan de marketing et de communication sont alors exécutées. La force réside dans la reconnaissance et la répétition, et un bon mélange de moyens. Voici quelques suggestions :

Annonces sur les réseaux sociaux

Abstraction faite de la possibilité d'associer des personnes à la Journée des Bunkers en publiant différents types de messages sur les réseaux sociaux, vous pouvez également faire de la publicité ciblée par le biais des réseaux sociaux. Il est possible d'atteindre un groupe-cible avec des budgets relativement petits, et de cibler spécifiquement en fonction de la géographie, de l'âge ou des intérêts.

Annonces dans des magazines d'histoire en ligne et hors ligne

Les personnes qui prennent un abonnement à des magazines ou sites Internet portant sur l'histoire, sont sans doute intéressées par le sujet de la Seconde Guerre mondiale. Ce serait dommage de ne pas approcher ces « fruits faciles à cueillir ». Vous pouvez le faire par la publication d'annonces. Il serait toutefois intéressant de d'abord essayer d'obtenir la publication d'un article rédactionnel.

Campagnes de rue

C'est une bonne idée de rendre la Journée des Bunkers visible dans les villes ou régions où seront ouverts les bunkers. Réservez donc une campagne de rue A0 à ces endroits.

Réseaux sociaux

L'organisation de la Journée des Bunker néerlandaise fait appel à Facebook. Dans la période 3-2 mois précédant la Journée des Bunkers, un message par semaine sera publié sur Facebook. Dans la période 2-0 mois précédant la Journée des Bunkers, ce nombre est rehaussé vers 2 ou 3 messages par semaine. Au niveau du contenu, il est important que le message alterne les objectifs véhiculés. Voici quelques suggestions :

- Des messages qui stimulent activement la visite et/ou la vente de billets. Dans ces messages, vous incitez directement les gens à acheter des billets (ou à s'enregistrer) à la Journée des Bunkers. Exemple d'un tel message : « Découvrez l'histoire de ces énormes constructions en béton, dissimulées sous le sable. Inscrivez-vous dès aujourd'hui à la Journée des Bunkers 2019 ! »
- Messages sur les sites participants. Partagez des jolies photos des sites qui participeront à la Journée des Bunkers. Mettez l'accent sur l'histoire captée dans les photos, et ajoutez très peu d'informations portant sur le contenu dans ces messages.
- Vlogs portant sur le contenu. Des courtes vidéos permettent de raconter davantage sur l'histoire du Mur de l'Atlantique, mais également de partager des connaissances, par exemple sur l'anatomie d'un bunker. Veillez à ce que ces vidéos soient courtes (maximum 2 minutes), toujours sous-titrées (on aime bien les visionner sans son) et à la portée de tous (tout le monde doit les comprendre). Les vlogs ne doivent pas être développés par une

entreprise professionnelle. La nature de la Journée des Bunkers se prête très bien à la création de vidéos faites maison.

Vous trouverez ici des exemples de vlogs de la Journée des Bunkers néerlandaise :

<https://www.youtube.com/channel/UCUp2Jy633fyEuuOpFIRJpig>

- Messages visant à améliorer la façon dont on regarde un bunker. De nombreux visiteurs de bunkers ne savent au fait pas très bien ce qu'ils doivent regarder. Un bunker est vite perçu comme un bloc de béton. Si toutefois, vous savez à quoi il faut faire attention, vous pouvez détecter des traces d'utilisation antérieure. Et donc, pour cette raison, il est amusant et instructif de prendre des photos des traces du passé, et de communiquer brièvement ce que l'on voit ici.
- Messages avec des informations pratiques. Juste avant la Journée des Bunkers, il est intelligent de partager quelques informations pratiques. Vous pouvez ainsi demander aux gens de mettre des chaussures solides et des vêtements qui peuvent se salir, ou d'emporter une lampe de poche. Aux Pays-Bas, cela fait partie de la catégorie « Conseils de survie à la Journée des Bunkers ».

Livret programme

Le livret programme présente les sites à visiter ainsi que le programme périphérique. A ce stade, votre programme est complet, et vous pouvez donc préparer le livret programme. Quelques points d'attention :

- Préparez une introduction qui reprend brièvement l'histoire du Mur de l'Atlantique (Atlantikwall)
- Partagez les informations pratiques relatives à l'événement, comme le jour, les horaires, les prix (si d'application) et les conditions générales (si nécessaires).
- N'oubliez pas de remercier d'éventuels sponsors ou dispensateurs de subventions dans le livret.
- Concevez le livret conformément aux règles d'identité visuelle de la Journée européenne des Bunkers.
- Ajoutez une carte générale de tout le pays/toute la région avec les villes et les sites qui participent à la Journée des Bunkers.
- Décrivez le programme et ajoutez des informations succinctes par bunker ouvert. Citez également le programme périphérique auprès des sites (si d'application).

Veillez à démarrer à temps la conception, l'impression et la distribution. Voici un exemple de planification idéale :

- 2 mois précédant la Journée des Bunkers : démarrage de la conception
- 5 semaines précédant la Journée des Bunkers : livret chez l'imprimeur. Le délai de livraison est 1,5 semaine.
- 3,5 semaines précédant la Journée des Bunkers : démarrage de la distribution vers tous les sites participants.

Visibilité

- Prévoyez pour chaque bunker un beachflag selon l'identité visuelle de la Journée des Bunkers. Ceci augmente la visibilité et la reconnaissance.
- Comme alternative au beachflag, vous pouvez placer un panneau de rue avec une affiche de la Journée des Bunkers.
- Prévoyez des panneaux fléchés selon l'identité visuelle de la Journée des Bunkers pour chaque bunker.
- Munissez chaque bunker d'un tableau d'information selon l'identité visuelle de la Journée des Bunkers.
- Additionnel : prévoyez un T-shirt spécial « équipe Journée des Bunkers » pour tous les bénévoles et collaborateurs actifs lors de la Journée des Bunkers.

Eventuellement présent sur chaque site :

- Livrets programmes
- Billets Journée des Bunkers
- Carnets de missions pour enfants

Veillez à ce que tous les sites de bunkers disposent à temps de tout ce matériel (au plus tard 2 semaines avant la Journée des Bunkers)

Envoyez au cours de la dernière semaine précédant la Journée des Bunkers un e-mail à tous les participants, avec mention des informations essentielles, comme le nom et le numéro de téléphone de la personne de contact. Pas avant, car sinon l'e-mail disparaîtra.

Bénévoles

Commencez 1,5-1 mois avant la Journée des Bunkers à recruter des bénévoles, en plaçant par exemple des annonces dans la newsletter ou sur les réseaux sociaux. Expliquez clairement ce que vous recherchez et quelles sont vos attentes.

Restez étroitement en contact avec les bénévoles qui se présentent. Si vous ne communiquez pas pendant quelque temps, ils auront peut-être tendance à penser que vous n'aurez plus besoin de faire appel à eux.

Il peut s'avérer utile d'organiser une soirée d'information spéciale pour les bénévoles.

Prévoyez toujours plus de bénévoles que nécessaire. Comme les bénévoles ne fournissent pas de services payés, il arrive très souvent que certains décrochent en dernière minute.

Disposition des informations pour les participants

Il est essentiel d'entretenir de bons contacts avec tous les participants à la Journée des Bunkers pour développer une expérience positive quant à la Journée des Bunkers. Envoyez au cours de la semaine de la Journée des Bunkers (pas avant, car sinon l'e-mail disparaîtra) un e-mail à tous les participants avec les points suivants :

- Vous leur souhaitez une Journée des Bunkers amusante et réussie
- Vous expliquez brièvement les attentes du site, par exemple :
N'oubliez pas de sortir le beachflag / panneau de rue
N'oubliez pas d'enregistrer vos visiteurs moyennant...

- Partagez les informations sur la façon dont les sites doivent communiquer avec la presse
- Partagez les coordonnées du coordinateur de la Journée (voir phase 4)
- Partagez les attentes que vous avez pour un site après la Journée des Bunkers, par exemple :
 - Il faut retourner les t-shirts lavés à l'organisation
 - Envoyez le nombre total de visiteurs par e-mail
 - Partagez les photos que vous avez prises

La Journée des Bunkers en question

Veillez à prévoir un point de contact où tous les participants peuvent poser leurs questions.

Communiquez à temps le numéro de téléphone à tous les participants. Lorsque vous avez vous-même recruté des bénévoles pour la Journée des Bunkers, il est important d'accueillir ces gens et de leur fournir des explications sur les attentes et leurs tâches avant qu'ils n'entament leur service.

Veillez toujours à prévoir un point de contact personnel pour les bénévoles.

Ce serait sympathique de remercier les bénévoles après leur service en leur remettant un petit cadeau.

Coordinateur de presse

Le communiqué de presse envoyé auparavant, fait également mention des coordonnées du coordinateur de presse. Cette personne doit être joignable par téléphone pendant toute la journée, pour faire des interviews et fournir des informations générales. Ce coordinateur peut également arranger des interviews sur site. C'est la personne de contact et en même temps la personne centrale. Le coordinateur de presse peut être la même personne que le coordinateur de la journée. Il est toutefois nécessaire que cette personne connaisse bien le programme.

Communiqué de presse

Afin d'augmenter la notoriété de la Journée des Bunkers, il est conseillé d'envoyer directement après la Journée des Bunkers (même jour !) un communiqué de presse aux médias à délais courts. Ce communiqué de presse mentionne le succès de la Journée des Bunkers et réfère à la European Bunker Day.

Les sujets du communiqué de presse peuvent être :

- Nombres de visiteurs
- Site le plus populaire
- Citation d'un visiteur sur la valeur de la Journée des Bunkers
- Ouverture de l'emplacement le plus particulier ou unique

Envoyez toujours minimum 2 jolies photos de qualité d'impression (minimum 300 ppp).

Après la Journée européenne des Bunkers

Analyse des visiteurs

Une analyse des visiteurs peut fournir des informations très utiles sur votre événement.

Il est très facile d'établir un questionnaire à l'aide de Google Forms, élément gratuit de Google Drive.

Suivi sites de bunkers

Aucune Journée des Bunkers n'aurait pu exister sans le dévouement de tous les sites bunker participants. Pour cette raison, il est judicieux d'entretenir de bons rapports avec les représentants de ces institutions. Au cours de la semaine qui suit la Journée des Bunkers, appelez chaque site pour leur poser les questions suivantes :

- Comment s'est déroulée la Journée des Bunkers ?
- Combien de visiteurs ont-ils accueilli ?
- Demandez-leur s'ils ont observé des points d'amélioration (pour eux-mêmes et pour l'organisation).
- Demandez-leur s'ils sont satisfaits

Outre l'approche téléphonique personnelle, vous pouvez également leur envoyer un e-mail de remerciement. Dans cet e-mail, vous pouvez également citer quelques points pratiques auxquels vous vous attendez de la part des sites.

Entreposage des matériels

Dans le cadre de la durabilité, il est judicieux de développer un maximum de matériels de support sans date. Ils pourront alors être réutilisés lors de futures éditions. Il suffit de penser au beachflag, aux t-shirts d'équipe ou aux tableaux d'information. Posez-vous la question si vous souhaitez entreposer ces matériaux vous-même (et donc à nouveau les distribuer l'année prochaine), ou si vous demandez aux sites de bunker d'entreposer les matériels.