

Et si le bon événement commençait bien avant l'événement ?

Lettre de réflexion autour des temps collectifs,
de leur utilité réelle et de la manière de les penser autrement.



Après près de 30 ans dans l'événementiel d'entreprise, j'ai appris une chose simple : un événement réussi ne commence jamais le jour où les participants arrivent.

Il commence bien avant.

Dans la manière de poser le sujet.
Dans la clarté de l'intention.
Dans la compréhension des publics concernés.
Dans la capacité à distinguer ce qui relève de l'habitude, de l'envie, de l'image ou du véritable besoin.

Pendant longtemps, les entreprises ont organisé des séminaires, des conventions, des inaugurations, des temps clients ou des événements internes parce que cela faisait partie du rythme naturel de leur communication.

Aujourd'hui, le contexte a changé.

Les budgets sont davantage observés.
Les équipes ont moins de temps.
Les décisions doivent être plus argumentées.
Les formats doivent être plus justes.

Les participants attendent davantage de sens, de clarté et d'utilité.

Dans ce contexte, réunir des personnes ne peut plus être un simple réflexe.

**PRENONS UN MOMENT
POUR EN DISCUTER...**



Avant d'organiser, il faut clarifier.

Avant de parler lieu, date, technique, animation, scénographie ou déroulé, une question devrait toujours être posée :

Pourquoi réunir ces personnes, maintenant, et pour quel résultat attendu ?

Cette question paraît simple.

Elle ne l'est pas toujours.

Parce qu'elle oblige à sortir de la réponse automatique.
Parce qu'elle invite à regarder le projet autrement.
Parce qu'elle permet parfois de constater qu'un événement n'est pas la bonne réponse, ou qu'il faut le penser différemment.

Un bon cadrage en amont permet souvent d'éviter des dépenses inutiles, des formats trop lourds, des messages flous ou des temps collectifs qui laissent une impression agréable, mais peu de traces concrètes.

L'enjeu n'est pas de faire moins par principe.

L'enjeu est de faire juste.

La vraie question n'est pas :
« Qu'est-ce qu'on organise ? »

Elle devrait plutôt être :
« Pourquoi réunit-on ces personnes, maintenant, et que doit-il rester après ? »

Le regard extérieur peut éviter les fausses bonnes idées

Dans l'événementiel, les fausses bonnes idées sont nombreuses.

Elles sont souvent séduisantes sur le papier.
Elles plaisent en réunion.
Elles remplissent très bien une présentation.
Elles donnent l'impression que le projet avance.

Puis, au moment de construire réellement le dispositif, les limites apparaissent.

Le format ne correspond pas aux publics.
Le message est trop large.
Le timing est trop court.
Le budget est mal orienté.
L'intention de départ s'est diluée.
Le projet devient plus lourd qu'utile.

C'est là qu'un regard extérieur peut être utile.

Non pas pour imposer une vision.
Non pas pour remplacer les équipes en place.
Mais **pour aider à poser les bonnes questions au bon moment.**

- *Qu'attend-on vraiment de ce temps collectif ?*
- *Qui doit être présent ?*
- *Que doivent comprendre, ressentir ou retenir les participants ?*
- *Quel niveau d'ambition est cohérent avec les moyens disponibles ?*
- *Quels points de vigilance faut-il anticiper ?*
- *À quel moment faut-il produire, et à quel moment faut-il encore réfléchir ?*

Ma manière actuelle d'accompagner les projets

Après une période plus discrète,
mon approche a évolué.

Je ne me positionne plus comme
une structure de production événementielle
classique.

Mon apport se situe aujourd'hui
davantage en amont des projets :

clarifier une intention,
questionner un format,
cadrer les besoins,
identifier les points de vigilance,
mettre en perspective les enjeux,
et, lorsque cela a du sens,
orienter vers les bonnes ressources.

Cette posture correspond
à mon expérience, mais aussi
à ma situation actuelle.

*Elle me permet d'apporter du recul,
de la méthode et une lecture terrain,
sans me placer dans une logique d'exécution
opérationnelle.*

C'est une manière plus sobre, plus ciblée
et plus utile d'intervenir auprès des dirigeants,
services communication, RH, marketing,
institutions ou réseaux professionnels
qui souhaitent réfléchir à leurs temps collectifs
avant de les engager.

Un événement peut être beau, fluide, bien produit et parfaitement organisé.

Mais sa vraie valeur se joue souvent avant.

Dans la **qualité des questions posées.**

Dans la **clarté de l'intention.**

Dans la **cohérence entre les objectifs, les publics, les moyens et le format.**

Parfois, un premier échange suffit déjà à remettre un projet dans le bon sens.

Et dans l'événementiel, c'est souvent là que tout commence.

----- CONSEIL, REGARD EXTÉRIEUR ET MISE EN PERSPECTIVE ÉVÉNEMENTIELLE -----

Yves Condé - Regard extérieur sur les projets événementiels

Vous avez un projet en réflexion ? Je suis toujours joignable pour un échange direct :

info@yvesconde.com / WhatsApp / +33 6 07 76 89 42 / +352 621 359 084 / yvesconde.com