

## QUE PEUT APPORTER LA CREATIVITE A L'EVENEMENTIEL

Commençons par préciser ce qu'on entend par créativité : ce n'est pas un équivalent d'imagination, encore moins de fantaisie débridée, ce n'est pas le brainstorming, ancêtre respectable mais archaïque de toutes les techniques, ce n'est pas un don magique réservé à une élite. C'est à la fois un talent et une méthode, plus une énergie.

Le talent, nul n'en est dépourvu. Il ne dépend ni de l'éducation, ni du sexe ni du milieu social : Il n'est pas lié à l'intelligence, au sens traditionnel du Q.I. Quant à l'âge, non seulement ce n'est pas un facteur de déclin mais les neurosciences ont révélé récemment que la capacité créative, potentiellement, croît avec les années, ce qui est tout à fait logique. En effet, créer, pour reprendre le néologisme fabriqué par Arthur Koestler dans « Le cri d'Archimède », c'est « bisocier », c'est à dire réaliser un assemblage original et pertinent à partir d'éléments préexistants. Par conséquent...

Ce talent que tout le monde possède, à des degrés divers, peut être libéré et développé à tout âge, à condition que la personne le veuille et s'adonne, avec ce mix d'effort et de plaisir qui caractérise le sport, à une pratique régulière.

La méthode est essentiellement dialectique, fondée sur l'alternance systématique de phases divergentes (où l'imagination la plus débridée est au pouvoir) et de phases convergentes où l'on revient aux contraintes du réel non pour les accepter passivement mais pour en faire reculer les limites. Loin de se limiter à la production d'idées elle englobe un amont (percevoir et analyser sont aussi des activités créatives) et aval : la sélection des idées gagnantes requiert des décideurs ouverts, avec une mentalité prospective ; l'application, la mise en œuvre des solutions choisies ne peut être un acte mécanique (Jamais une décision n'a changé la face du monde, dit la Sagesse nipponne).

Tous les talents de la terre, toutes les méthodes de l'univers sont parfaitement stériles si le moteur n'est pas alimenté en fuel. L'énergie créative est le principal facteur du succès : l'énergie individuelle, mix de désir et de volonté et encore plus l'énergie collective qui ne s'obtient que par l'application de règles rigoureuses suivant un excellent entraînement au travail en équipes.

Venons-en aux agences d'événementiel. Leur mission est d'inventer, toujours et encore, d'étonner leur client par l'ingéniosité de leurs propositions, de les surprendre par leur faculté à proposer la meilleure solution au meilleur prix. La créativité est donc leur pain quotidien. L'explosion des boulangeries raffinées ces dernières années a démontré qu'au delà de la baguette de supermarché livrée tous les jours surgelées par des camions belges on peut proposer aux foyers français toute une gamme de pains différents par leur forme, leurs ingrédients, leur variété...Et l'on peut aussi vendre bien d'autres choses que du pain : des défis renouvelés exigent un surcroît d'imagination constructive pour aller au delà des destinations exotiques et des programmes plus ou moins ritualisés :

La créativité-talent des collaborateurs mérite donc d'être entretenue et exaltée tant individuellement qu'en équipe . L'expérience hélas se transforme parfois en routine et il vaut mieux prévenir que guérir. S'entraîner à utiliser tous ses sens, à faire dialoguer le cerveau gauche digital-déductif avec le cerveau droit analogique-intuitif, être ouvert aux stimuli de toutes sortes qui s'offrent tous les jours à nous, savoir écouter constructivement les idées baroques, maintenir et améliorer sa flexibilité mentale, aiguïser sa curiosité (d'après Leonardo da Vinci la première vertu des créatifs) voilà qui mérite une attention soutenue . L'approche créative peut aussi enrichir la relation avec le client, dans toutes les étapes de la démarche : dans l'analyse pour l'aider à bien formuler ses objectifs et préciser ses attentes, dans la sélection pour éviter de guillotiner systématiquement les propositions les plus audacieuses mais également dans l'invention en commun d'idées audacieuses qui auront d'autant plus de succès qu'elles auront bénéficié d'une copaternité. Ici le recours à des techniques précises, à choisir parmi les centaines disponibles, peut vraiment permettre de se dépasser et de justifier le proverbe américain « The sky is the limit »

Hubert Jaoui, pour Anaé (juillet 08)

**LA JEUNESSE DE LA PASSION – LA SAGESSE DE L'EXPERIENCE**

7, square Charles Laurent- 75015 PARIS - Tél. : 01 55 34 30 30 - Fax : 01 42 19 91 71

e.mail : [gimca@gimca.net](mailto:gimca@gimca.net)