

David Destoc

Président  
d'Oasys Mobilisation



# « Privilégier l'émotionnel sur le rationnel ! »

Par David Keller

## Bio Express

- ▼ David Destoc a cofondé Oasys Mobilisation en 2009.
- ▼ Auparavant, durant 8 ans, en tant que directeur associé d'un cabinet de conseil (SE-COR), il était en charge de l'alignement stratégique, de la planification stratégique participative et du développement du management et du leadership.
- ▼ Sa formation d'origine est en lien avec la gestion des entreprises et le management Qualité. Il obtiendra plusieurs certifications dans le domaine du coaching tout au long de sa carrière.

### En dehors de vos missions de coaching d'équipes dirigeantes, quelle est l'action de Oasys sur les événements d'entreprise ?

Nous intervenons, dès le départ ou en cours de processus, sur l'organisation de séminaires dans un contexte d'accompagnement du changement ou de développement managérial, avec deux leviers principaux : une implication forte des managers et une mise en place de dispositifs participatifs. Notre objectif est de favoriser la transversalité et l'expérientiel au détriment du discours rationnel très descendant.

### Cela implique une préparation minutieuse...

Oui, c'est le secret d'un séminaire réussi. Pour cela, il y a trois choses essentielles sur lesquelles travailler avant l'événement : j'identifie mes objectifs pour le séminaire ; je définis mes deux ou trois fils rouges que je ne lâcherai pas, les messages-clés que je souhaite faire passer, les thématiques que je souhaite absolument aborder ; je repère la ou les postures que je vais adopter pour ce séminaire.

### Qu'appellez-vous « posture » ?

C'est tout simplement le rôle de chacun durant le séminaire. Par exemple, les premières séquences de la journée doivent être axées sur ce qui rassemble, avant de terminer sur les actions concrètes à réaliser par chacun. De ce fait, il faut, dans ce premier temps, faire vivre des séquences collectives autour du projet ou du thème majeur de votre séminaire. C'est ce que nous appelons la transversalité et la coopération. À un autre moment du séminaire, le dispositif et donc la posture de chacun seront différents.

### Comment le participatif se met-il en place concrètement ?

De différentes manières. Ça peut être, en premier lieu, en amont de l'événement *via* des outils digitaux ou des entretiens : demander à ses équipes leur avis ou bilan ou vision, par rapport au thème de l'événement. Une fois cette matière recueillie et exposée en séminaire, vous pouvez présenter votre propre vision et en dégager les points de convergence et de divergence. C'est ce dialogue qui renforcera la compréhension et l'ancrage des messages-clés. Dans le même esprit, durant le séminaire cette fois-ci, une séquence de travail sur ce qui a bien ou moins bien fonctionné, et pourquoi, est généralement très efficace.

### Comment fait-on vivre le séminaire au-delà du séminaire ?

L'action post-séminaire à mener absolument : reprendre toutes les productions, dont les actions gagnantes, en faire une synthèse et l'envoyer à tous les participants. Si ces derniers sont des managers, leur proposer d'animer une rencontre avec leur équipe sur la même structure, mais en plus court que le séminaire global.

### D'après vous, quel est le domaine dans lequel les entreprises devraient le plus évoluer dans leur manière d'envisager un séminaire ?

Les neurosciences montrent que le cerveau enregistre mieux avec de l'émotion. Il faut donc utiliser tous les sens lors de moments de décalage. Par exemple, faire la une d'un magazine pour visualiser la réussite de l'année de l'entreprise, réaliser le cocktail du soir en équipe pour performer ensemble, réaliser l'hymne des mois écoulés avec son, musique et paroles... En bref : privilégier l'émotionnel, le subjectif sur le rationnel et l'objectif !