



Séminaires, culture et patrimoine :

L'art et la manière

Entre sites historiques classés, châteaux, musées, lieux insolites et galeries d'art, l'univers de la culture et du patrimoine foisonne d'idées pour motiver ses équipes ou fidéliser ses clients. Reste à l'organisateur à trouver la bonne formule pour servir la culture sur un plateau.

Culture. Galvaudé, encensé ou redouté, ce terme est chargé d'énormes « bagages ». La culture aujourd'hui est omniprésente, consacrée dans les arts, les lieux, les peuples, les civilisations. Lorsqu'elle est associée au monde du séminaire, de l'événement et plus globalement de l'entreprise, elle apporte une richesse symbolique, un « supplément d'âme » ou tout au moins une touche originale qui change des traditionnelles activités sportives ou gastronomiques et des réunions « plan plan ». La tendance confirme l'attrait pour des moments de découverte, instructifs, dans un endroit historique ou autour de la visite d'une belle exposition.

Pour réussir son séminaire culturel, pas besoin d'aller à l'autre bout de la planète : la France est reconnue pour

être l'un des pays du monde au patrimoine le plus riche. Et très varié, de toutes les époques. Il suffit de voir le « catalogue » géré par le Centre des Monuments Nationaux : abbayes, châteaux, grottes préhistoriques, sites archéologiques... L'Hexagone est un formidable terrain de jeu pour l'organisateur de séminaires culturels façon « Des Racines et des ailes » (France 3). Ce qui n'empêchera pas les publics les plus blasés d'aller trouver de nouvelles sources d'émerveillement à l'étranger.

Abbayes, châteaux et fondations

Ces lieux en imposent par leur patrimoine architectural, leurs parcs et jardins, leur cour d'honneur, leur cloître et leurs grandes salles au faste classique. Ils représentent la destination naturelle des séminaires culturels : les participants peuvent déjeuner ou dormir dans ces murs chargés d'histoire.

C'est le cas des grandes abbayes comme celle de Royaumont (95), classée « Monument historique », celle des Capucins (à Montauban) celle des Prémontrés (en Lorraine), l'Abbaye Royale de St Jean d'Angely (en

Charente) ou l'Abbaye Royale de Fontevraud (49), site classé au patrimoine mondial de l'Unesco.

Depuis de nombreuses années, elles ont mis en place une politique d'accueil des séminaires bien rodée, avec des services de réception, une grande capacité d'accueil pour les réunions et un programme culturel. Leur forfait « journée » ou résidentiel reste abordable (voir les différents tarifs sur www.reunir.com). Comme le confirme Guillaume Delormas, directeur commercial des Hôtels France Patrimoine qui gèrent aujourd'hui quatre établissements classés dont Fontevraud : « *Il ne faut pas tomber dans l'élitisme. Nos établissements sont des lieux d'exception mais aussi des trois étoiles, au juste prix, avec des tarifs résidentiels raisonnables, aux standards du marché. Même pour la restauration, assurée par des chefs issus de tables étoilées, que nous proposons à 26 € entrée-plat-dessert* ».

Patrimoine historique et tourisme d'affaires : des chaînes ou groupements hôteliers privés en ont fait leur signature comme Relais & Châteaux, Châteaufort ou Hôtels France Patrimoine, répondant à une vraie demande des entreprises. C'est aussi le cas d'autres lieux d'exception dont on ne pense pas toujours pour un séminaire, tel que le Palais des Papes à Avignon, le château de Chantilly, ou le Mont Saint-Michel. Les Salines Royales d'Arc-et-Senans (Doubs), site classé au patrimoine

mondial de l'Unesco, sait attirer groupes et entreprises par un savant mélange de colloques de prospective (s'inspirant du créateur des lieux, Claude Nicolas Ledoux, architecte visionnaire du siècle des Lumières), de résidences d'artistes et de services réceptifs d'excellent niveau. « *Il faut voir plus loin que le côté historique. Nous utilisons le cadre des Salines et son esprit « utopiste », pour créer une offre séminaire qui sort des normes, comme un centre de réflexion, avec ses animateurs-philosophes, et des expositions d'artistes, sur des modules d'un à trois jours* », explique Marion Leblond, responsable de cette activité aux Salines qui accueillera en 2012, en partenariat avec l'Unesco, plusieurs manifestations à l'occasion du tricentenaire de la mort de Jean-Jacques Rousseau.

Aux organisateurs de séminaires d'utiliser chaque établissement en mettant en valeur son histoire, comme l'univers marin pour l'hôtel de la Corderie Royale, ou le grand salon qui a servi de cadre à la rédaction du Traité de Versailles en 1919 pour le Trianon Palace Versailles. « *Proposer des lieux remarquables n'est pas suffisant : c'est notre légitimité et notre obligation de proposer aussi des activités culturelles en cohérence entre le lieu et son environnement* », ajoute Guillaume Delormas.

Certains de ces lieux sont gérés par des Fondations artistiques, ce qui leur donne une dimension culturelle supplémentaire, mêlant présence d'œuvres d'art contemporain et architecture du Moyen-Âge, comme à l'abbaye de Royaumont. Ou la somptueuse Fondation Maeght, abritant l'une des plus importantes collections en Europe de peintures, sculptures et œuvres graphiques du 20^e siècle.

Comme aux Journées du patrimoine

Autre idée intéressante, s'inspirer du succès des « Journées du patrimoine ». Une agence peut vous organiser la visite de lieux normalement fermés au public : belles demeures, atelier d'artisanat d'art, coulisses de salles de spectacles (Châtelet, Opéra Garnier), Centre International d'Art Verrier (Meisenthal), Maison Baccarat (Paris), chocolaterie peuvent faire l'objet d'une visite privée.

Il ne faut pas hésiter à se tourner vers les bureaux de tourisme des régions qui développent une offre culturelle

Quelques règles pour réussir votre séminaire culturel

- Choisir le site culturel et l'hébergement en rapport avec l'objectif et les participants du séminaire.
- Organiser les pauses et les apéritifs dans un espace « décalé » : cloître, cave voûtée.
- Activités : alterner visites culturelles et activités plus physiques ou ludiques.
- Jouer la carte de l'insolite et de la découverte dans vos choix de visites (chocolaterie, vignoble, centre océanographique...)
- Musées : offrir le catalogue de l'exposition et veiller à la qualité des guides conférenciers.
- Si votre budget le permet, personnalisez le contenu culturel à votre événement (thématique choisie, parcours de visite).
- Dans les lieux anciens, un éclairage d'appoint ou des parasols chauffants sont parfois nécessaires.

à destination des entreprises, en partenariat avec des agences locales. Ainsi, la région PACA met en avant ses 400 musées, galeries et ateliers d'arts, ses dizaines de théâtres et d'opéras, ses villages perchés, cités fortifiées et ses palais luxueux ou fantaisistes de la Belle Epoque, tout comme les multiples événements, expositions et festivals de la région. Agence de tourisme d'affaires de la région, Longitude 7 profite de ce foisonnement culturel pour monter des balades-découverte et de l'incentive sur mesure avec guide conférencier. Comme la visite de l'Île Saint-Honorat et son abbaye cistercienne en baie de Cannes, l'écomusée du verre à Biot, ou le Musée National Picasso installé dans une chapelle romane du 13^e siècle à Vallauris...

Les musées s'ouvrent aux séminaires

C'est l'une des tendances actuelles du séminaire « culturel » : la visite d'une exposition temporaire, soit en privatisant le musée le temps d'une soirée (pour les gros budgets), soit en groupe avec un guide historien. « *C'est une bonne alternative aux chasses au trésor et autres jeux de rôles : cela ne dure que le temps d'une soirée, l'expo souvent très médiatisée attise la curiosité des participants, et il reste un côté « VIP » toujours apprécié* », expliquent les spécialistes.

Les grands musées ont compris leur intérêt de s'ouvrir aux entreprises et ont adapté leur organisation pour les accueillir plus facilement. Beaucoup de musées publics ou privés, vont plus loin acceptant d'ouvrir les portes de leurs auditoriums - souvent très bien équipés - voire de leur restaurant aux organisateurs de séminaires et de réceptions. Ils peuvent être privatisés en totalité ou en partie, à condition de s'y prendre à l'avance, de respecter les consignes de sécurité (périmètre autour des œuvres) et de ne pas vouloir apposer son logo partout.



L'institut océanographique de Paris, un espace privilégié pour comprendre, aimer, protéger et s'impliquer pour l'avenir des océans.

© Dağhino

Le Château D'Augerville

HOTEL 4* - RESTAURANT – SEMINAIRES MARIAGES – GOLF 18 TROUS

A 1 heure de Paris, près de Fontainebleau

**POUR 10 FORFAITS RESIDENTIELS ACHETES*
= LA CHAMBRE DE LA 11^{EME} PERSONNE OFFERTE
ET
POUR 20 FORFAITS RESIDENTIELS ACHETES*
= LE FORFAIT DE LA 21^{EME} PERSONNE OFFERTE**

Place du Château - 45330 AUGERVILLE LA RIVIERE
☎ 02 38 32 12 07
✉ f.vuilmaire@chateau-augerville.com
www.chateau-augerville.com

* offre hivernale valable sous conditions – nous consulter

Soirées et spectacles au Château de Versailles



© Thierry Nava

Depuis quelques années, le Château de Versailles dispose d'une structure événementielle pour l'organisation de soirées d'entreprise et la possibilité de s'associer aux spectacles programmés chaque saison. Le choix est large : une vingtaine de « grands

concerts » à l'Opéra Royal (jusqu'à 700 places), musique sacrée à la Chapelle Royale, Grandes eaux musicales (en journée ou nocturne), spectacles équestres... Il est possible de privatiser un espace avec accès VIP après le spectacle (cocktail, buffet dînatoire) pour des petits groupes, y compris en extérieur (« garden party » au bassin de Neptune). Si l'entreprise veut aller plus loin, elle peut organiser un dîner de gala dans la Galerie des Batailles (650 places) ou un bal à l'Orangerie (jusqu'à 1200 personnes) l'été. Un devis personnalisé et une liste de traiteurs lui sont adressés. Autre idée intéressante : la visite privée le soir, après la fermeture au public, du château (appartements royaux, etc.) avec des conférenciers-historiens, en petits groupes de 20 à 30 personnes (max 100 personnes). www.chateauversailles-spectacles.fr

C'est le cas par exemple du Musée des Arts Premiers quai Branly, des musées Dapper (arts d'Afrique), Rodin, Gustave Moreau ou Maillol... Cela peut donner des moments d'exception ou insolites. Le musée Cernuschi (arts asiatiques) a reçu les collaborateurs d'une banque pour un dîner assis entouré d'œuvres d'art. Le musée Jacquemart André à Paris, géré par Culturespace, organise ainsi de nombreuses soirées d'entreprise, autour d'une formule rodée : accueillis à partir de 19h, les invités sont pris en charge par les conférenciers pour une visite privée du musée et de l'exposition. Vers 21h, un buffet gastronomique les attend dans le salon de musique.

Dans les grandes villes, en dehors des adresses prestigieuses (Le Louvre, Orsay, Guimet à Paris, La Piscine à Roubaix, le musée Fabre à Montpellier, le musée Magnin à Dijon, le musée Chagall à Nice), un moyen de se différencier est de se tourner vers des sites culturels plus décalés ou des fondations abritant des « trésors » peu connus du grand public. C'est le cas du bel hôtel particulier de la Fondation Dosnes-Thiers, situé dans le Paris romantique du quartier Saint-Georges (9^e). Il abrite de nombreuses collections et une remarquable bibliothèque sur l'histoire de France au XIX^e siècle (plus de 150 000 volumes, 30 000 caricatures et estampes).

Ou dans un autre registre, l'Institut océanographique de Paris, propriété - comme son jumeau de Monaco - de la Fondation Albert 1^{er}. Rebaptisé cette année « Maison de

l'Océan » à l'occasion de son centenaire (il a été créé en 1911), ce lieu emblématique des sciences de la mer ouvre son superbe amphithéâtre (500 places), sa bibliothèque et ses salles attenantes aux événements. « *Ces derniers mois ont été bien remplis avec le 40^e anniversaire de la marque Jacqueline Riu, une conférence sur les grands fonds marins, un concert du festival Jazz à St-Germain, l'Institut Henri Poincaré (recherches mathématiques) en présence du Prix Nobel français, un colloque sur la cardiologie pédiatrique et le Forum des métiers de la mer* », confirme Laurence Pécou, sa responsable pour l'événementiel.

Parfois il suffit de changer de mode de transport pour voir les musées sous un autre angle. Par le biais d'une balade culturelle au fil de l'eau sur la Seine, avec escales dans quelques musées parisiens proches. « *C'est une formule très appréciée, d'un bon niveau qualitatif, dans l'air du temps, avec dîner sur le bateau* », explique Carine Boisselet qui organise ce type d'événement avec Yachts de Paris et le traiteur Lenôtre.

Doser la touche culturelle

« *Attention à ne pas trop charger le programme culturel au risque d'être roboratif* » préviennent les professionnels du secteur. Pour certains, culturel rime avec « intellectuel ». Cela peut faire peur ou faire craindre l'ennui. Tout l'art de l'organisateur sera donc dans le dosage, comme les épices en cuisine. Il faut trouver le « plus » qui motive les invités

L'avis de la pro



Carine Boisselet
Organisatrice d'événements sur des sites culturels

« L'art facilite le partage d'expérience »

« *Le culturel pour un séminaire ou un événement fonctionne bien à condition de bien choisir l'approche thématique, qui doit correspondre à l'univers de l'entreprise. L'art, sur les sites culturels ou dans les musées, permet d'évoquer de nombreux sujets (relations d'affaires, partage et transmission du savoir, culture d'entrepreneuriat, esprit d'équipe) et facilite les échanges. Je rappelle que les peintres de la Renaissance travaillaient en équipe, que les relations entre l'artiste et son commanditaire étaient complexes. Il faut rendre l'art accessible en montrant les parallèles qui existent avec le monde d'aujourd'hui. J'ai emmené ainsi des informaticiens au musée du Moyen-Âge de Cluny en leur montrant que les vitraux, les cathédrales etc. étaient les nouvelles technologies d'il y a mille ans. Ils ont vu les choses avec un autre regard.* »

Parvis de l'Abbaye de Royaumont
(à Asnières sur Oise dans le 95),
classée Monument Historique.



DR

tout en sachant bien placer ces moments culturels dans le planning du séminaire.

Ce peut être le choix de la thématique, personnalisée à l'entreprise (voir L'Avis du pro), ou trouver les bonnes associations comme vin, dégustation de chocolat et musique classique qui se marient très bien dans un lieu culturel du XVIII^e siècle. Ou encore mêler visites culturelles et activités ludiques comme le conseille Vincent Magdinier, responsable de VM Evènements qui a organisé pour un laboratoire pharmaceutique en juillet à Paris puis pour un groupe agro-alimentaire en septembre à Lyon, des activités avec en fil rouge d'un côté le thème du XVIII^e siècle autour des Favorites Royales, de l'autre l'esprit Renaissance et Humaniste. « *Les lieux chargés d'Histoire... le sont aussi d'histoires ! Pour ces deux opérations, nous avons utilisé le gyropode Segway permettant de découvrir au fil des énigmes plusieurs lieux tout en répondant aux exigences de détente, d'originalité et aux contraintes du métier.* »

Dans le même esprit, profitant du nouveau parcours muséographique d'Orsay, l'agence Partner Events propose un « rallye-enquête » pour « *découvrir ou redécouvrir le nouvel Orsay et ses œuvres d'art du XIX^e siècle. Munies d'un road-book et d'un plan, les équipes (4 à 6 personnes) doivent résoudre des énigmes portant sur les œuvres exposées leur permettant de déchiffrer une phrase codée. Au final, on leur demande de laisser libre cours à leur sens artistique au travers d'un petit challenge apportant des points bonus.* »

D'autres privilégient une approche inventive, comme Art en Direct qui a organisé pour Alstom des ateliers artistiques pour échanger sur des problématiques RH ou lancé une œuvre collective pour renforcer l'identité d'entreprise de Société Générale Insurance. L'art contemporain, par sa créativité, ouvre de nouvelles perspectives intéressantes.

En fin de compte, qu'elle soit historique, classique ou contemporaine, la culture apporte une connaissance mais surtout une ouverture d'esprit dont bénéficie la culture d'entreprise. C'est peut être ça le vrai « plus ».

Pierre Rey

Adresses culturelles

De nombreux établissements et prestataires en France proposent une offre de séminaires et d'événements orientés « culture » ou « patrimoine ». Vous en trouverez une bonne partie sur www.reunir.com.

Un grand choix d'établissements :

- Les nombreuses abbayes (départements 95, 49, 17, 82, 81, 54, 71),
- Une cinquantaine de châteaux (de Chantilly, de Gilly, de Méry, de Chailly, d'Esclimont, de Divonne, d'Augerville, d'Isembourg, de Valmer, de Champlatreux, de la Bégude, des Vigiers, des Sept Tours, de Chatenay, Villiers-le-Mahieu, Saint-Priest, etc.) et de Domaines (de Béhoust, des Fontaines, de Valmont, de Soyons...),
- Les hôtels chargés d'histoire (Hôtel du Palais à Biarritz, Hôtel de la Corderie Royale...),
- Les sites d'exception classés (Mont St-Michel, Palais des Papes à Avignon, Salines Royales...),
- Les centres d'exposition et de congrès (lors d'une exposition culturelle),
- Des musées ouverts aux séminaires (musée océanographique de Paris, de Monaco, musée de l'Armée, musée des Impressionnistes, musée Dapper...),
- Et les chaînes et groupements tels Les Hôtels France Patrimoine...



Le Musée de l'Armée,
parmi les plus prestigieux
musées militaires au monde.

DR

On peut citer aussi des prestataires spécialisés :

- Le Centre des Monuments Nationaux, établissement public qui gère près de 100 monuments propriété de l'Etat - 01 44 61 20 28 www.monuments-nationaux.fr
- Carine Boisselet, conseil en événements sur sites culturels, 01 47 97 00 87/06 61 42 93 85
- Culturespaces, gros opérateur culturel (musée Jacquemart André), qui a aussi une activité réceptions et un réseau de conférenciers www.culturespaces-entreprise.fr
- VM Evènements, spécialiste du séminaire culturel www.vm-evenements.com
- Partner Events, agence qui organise des incentives culturels www.partner-events.com
- Art en Direct, agence de communication par l'art contemporain pour les entreprises www.art-en-direct.fr
- Longitude 7, agence réceptive à dimension culturelle en région PACA www.longitude7.com/seminaire-balades-visites-culturelles