



DOSSIERS

RESSOURCES HUMAINES

INCENTIVE

Incentive et séminaires

Dépaysement à deux pas

Atypiques et insolites, mais aussi pratiques et économiques: quelques lieux d'une singularité impactante

Le retour sur investissement d'une opération d'incentive suppose de prendre en considération un ensemble de facteurs liés aux attentes des équipes ciblées par ce type d'événements. Parmi eux, le lieu où se déroulera l'opération, surtout lorsque celui-ci est choisi en fonction de l'originalité de l'expérience qu'il peut offrir aux équipes ciblées. Donner à l'incentive une dimension à la fois instructive et récréative permet en effet de stimuler les collaborateurs. C'est pourquoi le culturel a désormais la cote, par le biais des nombreux musées qui ouvrent leurs portes aux groupes d'entreprises. Et les lieux atypiques excentrés donnent aux séminaires un air de vacances.





NEJIBA BELKADI

La performance d'une entreprise dépend essentiellement de la motivation de ses employés. Les programmes d'incentive valent donc la peine d'être mis en place pour assurer l'engagement et la motivation des employés, celle-ci étant devenue un véritable sujet de préoccupation pour les gestionnaires des ressources humaines. Mais la réussite d'une opération d'incentive dépend beaucoup du lieu où elle se déroule, car celui-ci peut la draper d'une singularité impactante et impliquante pour les employés.

Le positionnement de l'offre d'événements (luxe, insolite, économique...) est d'autant plus important qu'il est en mesure de donner une forte image du contexte et du message à communiquer aux participants. Mais des variables économiques doivent

participants qu'il leur est dédié, même si différents groupes sont présents. Une personnalisation des espaces joue ainsi un grand rôle dans la réussite de l'événement", ajoute le dirigeant.

"Les lieux hors de la capitale assurent un dépaysement rapide et connaissent un bel essor, explique ainsi Frédéric Bessonnaud. Parce que les organisateurs souhaitent de plus en plus chouchouter les participants, l'offre de séminaires en région s'est développée et nettement améliorée en termes de qualité et services proposés." De plus, organiser un événement dans les grandes villes est plus coûteux, et la gestion des temps de transport pouvant altérer la bonne organisation devient très contraignante. *"Aux Ormes, nous accueillons de plus en plus d'entreprises parisiennes. L'arrivée des LGV a réduit le temps de trajet à deux heures de Paris, ce qui permet d'arriver plus rapidement en Bretagne que de traverser la région parisienne"*, assure Frédéric Bessonnaud.

Le lieu doit donner le sentiment aux participants qu'il leur est dédié, même si différents groupes sont présents

également être prises en compte. *"L'unité des lieux investis par les événements (réunions, restauration, hébergement, animation, etc.) est importante car elle permet de réduire les déplacements et leur temps"*, explique Frédéric Bessonnaud, directeur de l'Hôtel & Golf Club du domaine des Ormes. Aussi le lieu doit-il être adapté à l'accueil d'une clientèle professionnelle et équipé pour répondre à leurs attentes (wifi, qualité des prestations, disponibilité des équipes, etc.). *"Enfin, le lieu doit donner le sentiment aux*

Incentive et musées : un cocktail qui marche

"Un lieu d'exception et un lieu



"La personnalisation des espaces joue un grand rôle dans la réussite de l'événement." Frédéric Bessonnaud, Hôtel & Golf Club du domaine des Ormes.



DOSSIERS

RESSOURCES HUMAINES



“Nous avons organisé des cours de cuisine avec un très grand nombre de personnes dans des lieux atypiques, dont un qui a eu lieu au Pavillon Baltard et qui a réuni 900 personnes.”
Julie Brunet, L'atelier des Chefs.

unique et singulier dont on pouvait ignorer l'existence. Cela ne veut pas dire qu'il faut qu'il soit luxueux et cher”, explique toutefois ce dernier. Paris reste ainsi une ville attractive en raison des lieux insolites et privilégiés qui s'y trouvent. Parmi les lieux les plus en vogue figure le Muséum national d'histoire naturelle, qui est aujourd'hui un établissement public consacré aux relations entre la nature et l'espèce

humaine. L'activité du musée est répartie sur douze sites dont trois sont situés à Paris : le Jardin des plantes (dans le V^e arrondissement de Paris) qui constitue son cœur historique, le parc zoologique de Paris (dans le XII^e arrondissement) et le musée de l'Homme situé sur la place du Trocadéro (XVI^e arrondissement). Or, ces trois sites peuvent être privatisés par des entreprises. Pour Angélique Truchelut, chef du service événements et exploitation commerciale du Muséum, *“on choisit les espaces pour organiser des événements dans un cadre tant urbain que naturel : face à la tour Eiffel, au musée de l'Homme, ou au sein de sites complètement dépayés, comme le parc zoologique de Paris. L'idée est de donner du sens à l'événement en se rapprochant des thèmes développés par le Muséum, tels que l'évolution, le développement durable, la biodiversité, l'humanité, etc.”*

Il est ainsi possible, au Jardin des plantes par exemple, d'organiser des événements privés dans des lieux uniques où science, nature et patrimoine constituent la toile de fond, permettant aux invités de visiter des expositions permanentes ou temporaires.

Le musée de l'Homme offre également un cadre exceptionnel pour plusieurs types d'événements : déjeuners et dîners,

Édifié en 1788, le grand amphithéâtre du Muséum (pouvant accueillir jusqu'à 314 personnes) a accueilli conférences et démonstrations scientifiques pendant deux siècles. Colloques, séminaires ou journées d'études peuvent à présent y être organisés



séminaires, défilés de mode, soirées dansantes, petits-déjeuners, etc. Ses espaces uniques, baignés de lumière et offrant une vue sur la tour Eiffel et les jardins du Trocadéro, peuvent accueillir jusqu'à 1000 personnes. L'auditorium – couplé au foyer pour l'accueil, les pauses-café et déjeuners – peut accueillir des séminaires jusqu'à 150 personnes, indépendamment des horaires d'ouverture au public. Édifié en 1788, le grand amphithéâtre du Muséum (pouvant accueillir jusqu'à 314 personnes) a accueilli conférences et démonstrations scientifiques pendant deux siècles. Colloques, séminaires ou journées d'études peuvent à présent être organisés dans cet espace classé monument historique. Au parc zoologique de Paris, il est possible d'ériger des structures éphémères sur les clairières pour l'organisation d'événements pouvant accueillir jusqu'à 1200 personnes, ou des séminaires jusqu'à 80 personnes dans la salle Achille Urbain, qu'il est possible de combiner avec toutes sortes d'animations au sein du parc animalier (visites guidées, escape game, phone game, jeux de piste, etc.).

L'assiette a le vent en poupe

Julie Brunet, responsable marketing digital et développement web à L'Atelier des chefs, explique également que la particularité de l'offre réside notamment dans la diversité des lieux où se situent les activités proposées. À titre d'exemple, les ateliers de cuisine proposés en guise de team buildings par L'Atelier

“Un lieu d'exception et un lieu unique et singulier dont on pouvait ignorer l'existence. Cela ne veut pas dire qu'il faut qu'il soit luxueux et cher”

des chefs peuvent ainsi avoir lieu à Paris, Lyon, Bordeaux, Lille, Aix, Strasbourg, Nantes, Toulouse ou encore Londres. *“Mais nous organisons également des événements 'hors les murs'. Nous avons ainsi organisé pour plusieurs clients des cours de cuisine avec un très grand nombre de personnes dans des lieux atypiques, dont un qui a eu lieu au Pavillon Baltard, à Nogent-sur-Marne, et qui a réuni 900 personnes”*, explique Julie Brunet. Pour mettre une touche d'originalité aux team buildings proposés, les programmes de L'Atelier des chefs s'adaptent à la problématique du client. *“Par exemple, une cuisine avec des ingrédients orange pour une marque dont le logo est orange, illustre Mme Brunet. Ou encore des smoothie bikes [vélo stationnaire équipé d'un blender à smoothies actionné par la roue, ndlr] pour un client partenaire du Tour de France.”* Puisque la gastronomie a le vent en poupe, L'Atelier des chefs voit la demande progresser constamment: il organise plus de 2000 événements par an. ■



DOSSIERS

RESSOURCES HUMAINES

Chiffres clés

65 % de l'ensemble des entreprises, 64 % des entreprises de moins de 50 salariés et 74 % des entreprises de plus de 500 salariés ont recours à des programmes d'incentive.

À travers ce type d'opérations, 72 % des entreprises déclarent cibler une augmentation de leur chiffre d'affaires et 52 % d'entre elles visent la fidélisation des partenaires commerciaux.

Source : Edened France et Ipsos, *Le baromètre de la stim.*

Réservation en ligne de séminaires, la bonne affaire ?

“La plupart des entreprises ne sont pas encore prêtes à réserver en ligne une prestation sans avoir de contact avec le site retenu”

Pour les meetings et les événements, l'offre en ligne s'étoffe. Mais quels sont les principaux acteurs de ce marché ? Pour Frédéric Bessonnaud, directeur Hôtel & Golf Club du domaine des Ormes, ce sont les mêmes (Bedouk, Réunion, etc.) car ils ont transformé leurs guides en sites Internet performants. *“Il ne faut pas oublier les agences événementielles qui consacrent de gros budgets de référencement pour exister sur le web et proposer leurs services aux entreprises”*, explique-t-il. Une nouvelle solution, Oui Business, offre un outil de réservation qui rassemble espaces de coworking, salles de réunion et espaces de congrès. Autre outil de gestion d'événements, Evendrive a décidé de se rapprocher de Bizmeeting, outil de recherche de lieux de réunion, afin de mettre en place une

plateforme permettant de simplifier les opérations de gestion d'événements d'entreprise. Un portail de réservation en ligne, Myeasyevent, contient pour sa part 30 000 établissements dans sa base de données et propose d'organiser des événements allant des mariages aux séminaires et voyages d'affaires. Le site spécialisé Voyages d'affaires relève que d'autres spécialistes du secteur affinent leurs offres, à l'image de Bird Office qui “se positionne aujourd'hui plus clairement sur le segment des grandes entreprises et des entreprises de taille intermédiaire avec le lancement en mai d'une offre qui leur est spécialement dédiée. Celle-ci intègre la facturation unique, la réservation simplifiée, l'intégration dans SAP ainsi qu'un outil de reporting. L'outil de réservation peut aussi être paramétré pour imposer le respect de la politique d'achat de l'entreprise”. Frédéric Bessonnaud tempère toutefois la portée de la digitalisation de ce type d'opérations. *“Je considère qu'Internet aide à la recherche d'un lieu et à le découvrir, mais que la plupart des entreprises ne sont pas encore prêtes à réserver en ligne une prestation sans avoir de contact avec le site retenu”*, explique-t-il. ■



L'incentive prend la mer

Le bateau est devenu depuis une dizaine d'années une destination à part entière

Le bateau est devenu depuis une dizaine d'années une destination à part entière. La croisière opère en effet une coupure, une séparation de la terre et de certains repères. *"On s'échappe rarement d'un bateau, donc l'organisateur a en permanence ses interlocuteurs à proximité et les messages à passer sont certainement plus intenses"*, affirme un professionnel du secteur. Les passagers ont en outre la possibilité de profiter d'infrastructures dédiées leur permettant de se couper du temps.

La personnalisation du bateau en fonction de l'esprit de l'événement constitue ainsi un atout majeur. Le site Voyages d'affaires donne ainsi

l'exemple de la diversité et l'attractivité de l'offre de la marque Club Med, qui organise plus de 900 événements par an sur des formules all inclusive. *"Le Club Med jette l'ancre dans des criques sauvages le temps de cocktails magiques au clair de lune ou de baignades au milieu de nulle part"*, fait remarquer le site spécialisé dans les voyages d'affaires.

Avec leur remarquable sens du style et de l'élégance, les navires Seabourn se sont également imposés comme des destinations de luxe grâce à leur offre très sophistiquée. Seabourn Odyssey, Seabourn Sojourn ou encore Seabourn Quest possèdent un nombre élevé d'espaces par invité et prévoient pour chacun d'eux un personnel dédié. Offrir la possibilité aux collaborateurs de profiter de ce type unique de voyages d'affaires permet donc à la fois de renforcer leur engagement et de stimuler leur créativité... pour un incentive bien évidemment très haut de gamme. ■