

Comme dans beaucoup de secteurs de l'événementiel, il existe certaines tendances ou grands courants. Et les animations n'échappent pas à la règle. Pour fédérer, récompenser ou remercier un public, les agences et les prestataires proposent des programmes autour de thématiques fortes et porteuses de valeurs. Petit tour des nouvelles animations à décliner en soirée ou en incentive.

➔ ADRESSES DE LA RÉDACTION page 58

Fédérer autour d'une oeuvre artistique commune : tel est le credo de la «Creativ' Academy» de Partner Events.



Nouveautés animées

Aujourd'hui, les entreprises n'hésitent plus à mettre en avant leurs équipes pour véhiculer une image ludique et conviviale. Et en temps de crise, mieux vaut privilégier l'image plutôt que le montant dépensé dans la manifestation ! Il y a deux ans, BSO importait le concept du Lip Dub. Succès immédiat. Ces plans séquences mettant en scène des collaborateurs sur une bande son détonante sous la direction de pro-

fessionnels de l'audiovisuel deviennent un classique. L'agence vient de créer pour le Crédit Agricole Assurances une version « améliorée » de cette animation : le Clip Buzz. On ne tourne plus seulement un clip en chantant un refrain connu, mais on y inscrit un message fort créé par les collaborateurs eux-mêmes. Dans ce cas précis, il s'agissait de lancer la démarche de Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE) au sein des entités du groupe d'assurance. « *La démarche du CAA s'inscrit dans une logique de sens et d'implication des salariés sur les messages à véhiculer* », explique Béatrice Paty Gabel, chef de Projet chez BSO. De nombreux volontaires ont été mobilisés selon leurs compétences pour créer le message RSE de leur entreprise (écriture des paroles, chant, enregistrement, tournage, post montage). Les participants sont aujourd'hui les meilleurs ambassadeurs de cette démarche RSE. « *Un clip qui a réussi à mobiliser en quelques heures ce qu'une campagne d'information interne aurait mis des mois à réussir* », conclut-elle.

Laisser libre court à la créativité, composer pour créer une harmonie artistique, créer un équilibre entre le fond et la forme, etc.

Tels sont les principaux objectifs des nouveaux challenges artis-

L'art culinaire séduit toujours autant les entreprises.

tiques de Partner Events. « *La « Créativ'Academy » en formule peinture ou papier végétal (axé sur le développement durable) constitue un support pour l'écoute, l'entraide, le partage d'une vision, la communication, la visualisation et l'atteinte d'un objectif avec beaucoup de fun et de dépassement de soi !* », résume Fabrice Lebert, gérant de l'agence. Les équipes disposent chacune des mêmes matériaux et supports, ainsi que du même thème de travail. Elles peuvent soit travailler sur la création d'une œuvre commune soit participer à un

challenge inter-équipe. De son côté, For Event mise sur son nouveau Casino de l'art (en cocktail dînatoire jusqu'à 120 pers.). Une manière originale de tester ses connaissances artistiques et culturelles par le biais de quatre tables de jeu thématiques : blackjack peintures, poker sculptures, roulette peintres et roulette arts du monde. Interactivité garantie ! Enfin, l'art culinaire séduit toujours autant les entreprises. Entre les nouvelles animations interactives de Eat-Sentive (cooking party, cooking challenge, cocktail party) et la conception de menus gastronomiques à l'Atelier Guy Martin, les participants pourront allier rigueur, créativité, esprit d'équipe et découverte.

UNE EXPÉDITION MYSTÉRIEUSE AU SOMMET

« *Chers aventuriers - STOP - Habillez-vous en tenue sportive et chaude - STOP - N'oubliez pas vos chaussures de marches - STOP* ». Voici le télégramme qu'ont reçu les 115 participants de la soirée Dîner au sommet, organisée par Steam'Event à Chamonix. Le convoi est emmené au pied d'un téléphérique dans un bus de transport urbain puis grimpe dans le vieil engin immergé dans le noir... Arrivé au sommet, le groupe doit chausser des raquettes pour une mini rando

« *encordées* » à la lumière des flambeaux qui les mènera vers leur but ultime : le restaurant avec vue imprenable sur la chaîne du Mont-Blanc. À l'issue du repas, la descente s'effectue en airboard (luge gonflable). « *Une telle thématique permet de rassembler les équipes, soulever un élan de cohésion face à l'inconnu et surtout créer un moment unique et donc inoubliable* », explique l'agence.

Spécialiste des chasses au trésor et des courses d'aventures, Amazing Treasure Hunts enrichit son catalogue de nouvelles animations palpitantes. Inspirée du programme télé du même nom, The Amazing Race (Pékin Express en France) est un Team Building combinant stratégie, communication, collaboration et course contre la montre. Chaque équipe doit compléter une série d'épreuves aussi bien physiques que mentales afin de collecter différents indices lui permettant de trouver les bornes de signalisation jalonnant le parcours. Le Secret des Templiers plonge les participants dans l'ambiance haletante et mystérieuse du Da Vinci Code avec un défi en équipes parsemé d'intrigues et de cryptogrammes. Inspiré du célèbre héros Indiana Jones, Les Aventuriers du Masque Maudit est une aventure intense où les équipes doivent récupérer des objets et résoudre des énigmes afin de localiser et récupérer le précieux masque. De l'aventure également chez Paris Hors Piste qui, au vu de son succès dans le quartier de Montmartre, a développé sa chasse au trésor GPS dans le cœur de Paris sur l'île de la Cité et l'île Saint-Louis. Les participants sont équipés du GPS outdoor dernière génération de Garmin, l'Oregon 450, à écran tactile.