ques ou œnologiques, les animations s'imposent

asser un message, doper le travail en équipe, valoriser sa marque ou tout bonnement invités, les idées d'animations ne manquent pas. A chaque entreprise de choisir respond le plus à ses besoins.

Par Léna Rose

ROISÉS

e avec des artistes écu comme un ié, c'est pourquoi rtistiques ont tou- n sur deux d'entre es par leurs créa- an Fleury, cocréa- ille, et Alexandre tête de Talents &

TATIONS S ?

rille propose un nédies burlesques et interactives », médiens, dans un influencé par la ns les plus deman- ées Vip durant les- sont escortés par s, flashés par les illis par les grooms ées gastronomie, ots habillés en majordomes en nes barriques, les Nous sommes là l'entreprise ou la asser un message ristique.

Productions pro- et spectacles de baret sur mesure, i s'appuie sur un de deux mille pro- ectacle, reconnus

déambulatoires et adrille

2 000 professionnels référencés chez Talents & Productions

dans le milieu pour avoir remporté des distinctions lors des festivals de cirque et de magie à travers le monde.

QUELS SONT VOS PRINCIPAUX CLIENTS ?

R.A.-F. : Le tourisme et les affaires.
A.H. : Les grandes marques de luxe.

QUELLES SONT LES INCIDENCES DU CONTEXTE ÉCONOMIQUE SUR VOTRE ACTIVITÉ ?

R.A.-F. : On doit fournir la même qualité, mais avec moins de moyens. Nous réagissons en trouvant de nouvelles idées pour répondre aux attentes et rester le plus visible possible auprès de nos interlocuteurs. Nous venons, par ailleurs, d'investir dans un nouvel atelier de 350 m² dans la région parisienne, afin de développer, entre autres, notre département Sur Mesure, partenaire de vos événements.

A.H. : Talents et Productions a été épargnée par la crise, grâce à sa quête d'originalité et aux productions qu'elle crée. Par exemple, nous venons de concevoir une compagnie de spectacles sur glace dédiée à l'événementiel. Cette troupe se déplace aux quatre coins du monde avec sa propre patinoire synthétique et constitue une sorte de joaillerie du spectacle sur glace, puisque chaque costume, musique et chorégraphie sont créés à chaque fois pour l'occasion.

PAUSE PHOTO...

Vos invités peuvent aussi se prendre pour des people en prenant la pose. Pas une soirée aujourd'hui sans photocall avec photographes qui mitraillent façon Festival de Cannes. Ils peuvent aussi se mettre en scène en se photographiant eux-mêmes. C'est ce que propose onesttousbo. Le concept : « *Une cabine photo de luxe qui se monte en 45 min sur le lieu de l'événement et que l'on peut même habiller aux couleurs de la marque, qui reçoit ses invités ce soir-là* », explique Véronique Boccara, responsable de la société. Les invités s'y prennent en photo, seuls ou à plusieurs, et 35 secondes après, une hôtesse leur remet un tirage photo qualité professionnelle. « *Les gens adorent, viennent et reviennent tout au long de la soirée, c'est un vrai moment de convivialité, de partage et de plaisir* », reconnaît Véronique Boccara.
De son côté, la Photomobile propose trois modèles de cabines. Un modèle accueillant deux personnes, un autre pour deux à quatre invités, et enfin, un cube lumineux qui permet de photographier simultanément deux groupes de trois personnes, pour les grosses soirées. « *Nous sommes dans l'esprit portrait, mais très haut de gamme. Notre meilleur client n'est autre que Chanel* », confie Marie-Pierre Berquet, directrice commerciale de Photomobile.

Quand les invités prennent la pose et jouent les stars comme ici pour Guerlain

La Photomobile, déclinée en trois modèles, est personnalisable

IN VINO VERITAS

L'événementiel œnologique ? Un bon moyen de valoriser sa marque et son savoir-faire au pays des grands crus et du leadership en matière de production mondiale de vin. Le musée du Vin, à Paris, l'a compris depuis longtemps, et met ses quatre salles voûtées et une équipe de sommeliers, d'experts en vin et d'œnologues au service d'animations de tous ordres : initiation à l'art de la dégustation du vin, dîner œnologique durant lequel les crus sont servis à l'aveugle pour être, à l'issue du dîner, repositionnés dans l'ordre de service, initiation à l'art de sabrer le champagne, intronisation bachique, etc. « *Les soirées d'animation autour du vin apportent à la fois de la convivialité et de la culture, les convives repartent en ayant appris quelque chose et aussi, souvent, avec l'envie de prolonger l'expérience en se perfectionnant dans les arômes, les cépages, etc.* », déclare de son côté Ghislain Pagès, créateur de Œnodyssée le Paris du Vin, spécialisé dans l'événementiel œnologique. Issu d'une famille de vignerons, il propose des soirées dégustations personnalisées.
Une entreprise fête son anniversaire ? Le bar à dégustation interactif fera goûter des vins de 2 ans, 5 ans et 10 ans d'âge.
Elle célèbre l'ouverture d'une filiale ? Les invités dégusteront des vins du pays ou de la région d'origine de cette filiale. Œnodyssée propose aussi une soirée black jack du vin. « *Mais il est rare que les clients fassent sauter la banque* », s'amuse Ghislain Pagès.

EN AVANT LA MUSIQUE

« *La musique permet de tirer plusieurs fils, la création, l'innovation, le travail de groupe, autant de messages importants qui parlent aux entreprises* », estime Éric Newton, cofondateur de Home (House Of Music & Entertainment), spécialisé dans l'organisation de live et de concerts privés pour les entreprises et les marques. Depuis le début 2011, Home Live a notamment organisé une soirée pour Heineken à Lisbonne, autour d'un concert de Ben L'oncle Soul ; une fête de fin d'été pour Sony avec le groupe Garage ; et compte déjà dans ses clients LVMH, Club Med ou Banque Postale. Les fondateurs de Home ont longtemps travaillé dans la musique, la production audiovisuelle, le marketing, la publicité. « *Nous pouvons ainsi accompagner les clients dans l'identification et la sélection d'artistes, en cohérence avec les marques, leurs valeurs, mais aussi le public présent,* souligne Éric Newton. *Et les entreprises sont demandeuses d'événements avec des artistes en live, cela leur permet de découvrir une vedette dans des conditions privilégiées, d'échanger avec elle et grâce à elle de donner des émotions aux invités.* »

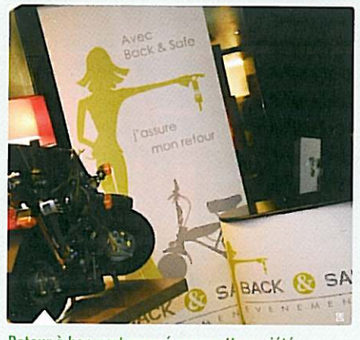
SOIRÉES PEOPLE

Vous envisagez de convier des personnalités pour lancer un produit, inaugurer une boutique, célébrer un anniversaire de marque ? Laurent Guyot en a fait sa spécialité. L'ancien attaché de presse des Bains Douches s'est imposé comme le maître d'œuvre des soirées people de la capitale.

Elodie Frégé et Elisa Tovati pour la soirée Fiat 500 by Gucci

Ces dernières semaines, la brochette de personnalités qui entourait le président de General Motors France pour la présentation de l'Opel électrique Ampera à la Tour Eiffel, le P-Dg de Morgan à l'ouverture du Flagship Morgan des Champs-Élysées ou encore celui de Nestlé Waters France, à la piscine du Ritz pour le lancement de la bouteille collector « S. Pellegrino sparkles with Bvlgari » avaient toutes un point commun : elles avaient été mises en relation avec ces marques par le bureau de Laurent Guyot. Chanteurs, comédiens, animateurs de TV, leaders d'opinion sont inscrits dans le carnet d'adresses de cette structure spécialisée. « *Il y a des marques qui veulent cibler uniquement les trendsetters, les leaders d'opinion qui feront du buzz autour des produits, ou d'autres qui souhaitent la caution de personnalités*, confie Laurent Guyot. *Notre travail est de les écouter, d'étudier leur brief et de leur proposer une liste de personnalités qui correspond le mieux à leur univers* ». Pas toujours simple quand les marques veulent systématiquement inviter à leur soirée Marion Cotillard, Guillaume Canet, Monica Bellucci ou Isabelle Adjani, des people qui ne se déplacent que rarement. Le risque est alors de voir souvent les mêmes vedettes invitées à des événements différents. « *Ce n'est pas notre cas, nous organisons trois à quatre soirées événementielles par mois et je ne veux surtout pas avoir les mêmes personnalités sinon il n'y a pas suffisamment de retombées médiatiques, ce qui est l'objectif premier d'une soirée réussie* », ajoute Laurent Guyot.

ET POUR CLORE... LE RETOUR



Retour à bon port assuré avec cette société

L'originalité de Back and Safe ? Cette société raccompagne des personnes ayant dépassé le taux d'alcoolémie autorisé. Dans les dernières heures de l'événement, une hôtesse fait souffler tous les invités véhiculés – grosso modo 10 % – dans un éthylotest électronique ; ce qui permet d'en rassurer certains et surtout de repérer ceux qui sont positifs. Les chauffeurs de Back and Safe prennent alors leur place au volant... Dans un rayon de 10 km, ils glissent un scooter électrique pliable dans le coffre pour revenir sur le lieu de la manifestation, entre 10 et 35 km, une voiture relais entre dans la course. « *Ce service, très apprécié, coûte 1800 € HT environ pour 300 personnes* », précise Franck Dufays. En parallèle, la société a élargi son offre événementielle avec la mise en place de navettes et d'un service voiturier. S.D.

ArScénique.com

UNE OFFRE EXCLUSIVE DE TABLES ET PUPITRES INTERACTIFS MULTI-TOUCH
(location et vente)

IDÉAL POUR VOS STANDS, ACCUEILS, SHOWROOMS, EXPOSITIONS...
DISPONIBLES EN 42" ; 46" - 55"

MOBILIER
- Table haute ou pupitre au design épuré
- Structure acier résistante
- Peinture époxy (blanc ou noir)
- Habillage écran en plexiglass blanc
- Plateau de 70mm d'épaisseur
- Econome (consommation maxi 270w)

DALLE INTERACTIVE
- Plaque en verre trempé 3mm
- Technologie par imagerie optique
- Transmission de la lumière 95%
- Temps de réponse 7ms
- Reconnaissance de contact au doigt, gant, stylet...
- Taille des objets reconnus +1,5mm
- Moniteur pro FullHD LCD LED 16/9
- Angle de vision: 178°
- Audio intégré 2x10W

INFORMATIQUE
- Bicœur IntelCore i5 2,5 GHz
- 4 Go RAM DDR3 à 1 333 MHz
- Disque dur 500 Go
- Processeur AMD HD6630M
- HDMI / DVI (1920x1200)
- FireWire 800 / 4x USB 2.0 / carte SDXC
- Wi-Fi 802.11n4 / Bluetooth 4.0
- Entrée / sortie audio minijack
- Mac OS X Lion & Windows 7 Pro 64bits
- Suite logicielle Snowflake™ (+25 applis)
- Compatible logiciels multitouch Win7 / TUIO

* Prix tout compris à la vente pour iTable ou iDesk 42" G³ Basic, hors transport. Prix et descriptifs non contractuels et soumis à modification sans préavis.

Toutes nos solutions sur www.arscenique.com
Tel : 01 55 09 15 30
Email : info@arscenique.com
RCS Créteil B399 977 693