



Delphine Porcher, fondatrice de Séminaire Collection

« Ce n'est plus une tendance, c'est une demande récurrente »

Delphine Porcher est la fondatrice de Séminaire Collection, à Nantes, une plateforme qui référence aujourd'hui 320 lieux atypiques qui accueillent les entreprises pour leurs séminaires. Sur le site, il y a même un onglet « Comme à la maison ».

Pourquoi avez-vous créé Séminaire collective ?

Notre vision, quand nous avons créé la société il y a 7 ans, c'était de se dire que les entreprises ne souhaitaient plus organiser de réunions dans des lieux très classiques, qui manquent d'âme et de singularité. Elles voulaient davantage de cachet et un accompagnement plus personnalisé qu'une simple remise de clés. Par exemple, nous allons rentrer une église désacralisée à Tourcoing. Nous avons des anciennes abbayes, des haras... Aujourd'hui, ce n'est plus une

tendance, c'est une demande récurrente, quand il ne s'agit pas de trop grands groupes de personnes.

Est-ce que vous avez référencé des lieux loués par des particuliers ?

Nous en avons quelques-uns. Finalement, on revient un peu au concept d'origine d'AirBnB, qui consistait à passer quelques jours chez l'habitant. Si les entreprises veulent un cadre « comme à la maison », elles recherchent aussi un certain professionnalisme, avec des hôtes qui ont l'habitude

d'organiser des séminaires. Avant de les référencer, nous nous assurons que ceux qui veulent se lancer sont bien au fait de la coordination et du rythme soutenu que cela exige. Ces lieux, s'ils accueillent plus de 15 personnes, doivent de toute façon respecter des normes de sécurité, souscrire à des assurances spécifiques... Ce type d'espaces fonctionne quand ils sont proches des grandes agglomérations, quand il n'y a pas deux heures de route...

Que viennent chercher les en-

treprises dans ces maisons où vivent des particuliers ?

En changeant d'environnement, les entreprises cassent les codes de la salle de réunion. Elles ont plus d'échanges, plus de discussions. Les équipes se rapprochent. Ça favorise la créativité. Il y a un effet de surprise qui fait que les participants se sentent à l'aise. Souvent, ils nous disent que ça leur a permis de voir leurs collaborateurs différemment. Ils sont moins dans leurs habitudes professionnelles. C'est aussi, pour les entreprises, une ma-

nière de se mettre au vert sans aller trop loin. Les budgets des séminaires se sont resserrés, surtout sur la partie transports. En tout cas, quand les entreprises ont testé ce type de concept, souvent, elles ne veulent plus revenir en arrière. **Propos recueillis par Valérie Sauvage**

Séminaires d'entreprises et compagnie

En 2018, 380 000 événements d'entreprises et d'institutions avaient été organisés qui représentaient un chiffre d'affaires de 32 milliards d'euros (1) dont 4 à 5 milliards d'euros pour les seuls séminaires d'entreprises et conventions (hors salons). Après l'arrêt brutal des rencontres et des poignées de main en raison de la crise sanitaire, le secteur du tourisme d'affaires a repris des couleurs, jusqu'à retrouver son niveau de 2019 et réalisant une belle année en 2024, porté par l'élan des Jeux olympiques. Une tendance qui a également été ob-

servée au niveau régional.

Incertitudes et budgets serrés

Selon *Le Figaro*, depuis le début de l'année, l'attentisme règne dans l'organisation de séminaires depuis le début de l'année en raison des « *errements budgétaires* » et des « *tensions internationales* » qui alimentent un « *climat d'incertitudes* ». Des changements de gouvernance peuvent aussi freiner ce genre d'initiatives. Les budgets sont de plus en plus serrés alors que les tarifs des prestataires ont augmenté depuis la crise sanitaire. Équation complexe.



Les séminaires sont donc moins longs et plus proches. Raisons économiques. Raisons écologiques. Ce qui compte, c'est l'expérience pour fédérer les équipes, pour faire passer un message. Ateliers et activités collaboratives au programme. Lieux insolites, de charme et si possible « verts ». Selon le baro-

mètre du Meetings & Events 2024 (Kactus et IFTM), pour les journées d'étude, ce sont les lieux « atypiques » qui sont les plus réservés (45 % en 2023), suivis par les hôtels (28 %). **V. S.**

(1) Étude EY sur les événements d'entreprises et d'institutions en France)

Photo archives Philippe Pauchet