

# Art & Business Développement : les bénéfices de l'ingénierie culturelle

L'art peut-il être envisagé comme source d'inspiration pour les chefs d'entreprises, les managers, les entrepreneurs ? Peut-il être vu comme la source permettant de repenser le business, de lui donner un relief nouveau, de l'aborder par un côté plus esthétique, plus efficace, plus imaginatif ? Quel rôle joue-t-il dans l'humain replacé au cœur de l'entreprise ? Toutes ces questions, nous sommes allés les poser à **Tania Zana, fondatrice de la société SENZEÔ ART**. Entretien.

**Tania Zana, pour que nous puissions mieux comprendre le sens de votre démarche, parlez-nous de vous, de l'origine de ce projet.**

Je suis née dans un milieu d'artistes, sensibilisée depuis l'enfance à l'atmosphère de création et d'atelier. J'ai assuré pendant 25 ans la direction de la communication, du marketing et du développement d'entreprises de tourisme culturel et de luxe. Le voyage a donc été mon premier terrain de jeu, l'espace dans lequel j'ai rencontré des conférenciers, archéologues, mécènes, etc. Cette culture du voyage m'a permis de développer une culture plus large de la rencontre avec l'autre, mais aussi de la rencontre avec le beau.

**De cette culture de départ est ensuite née l'envie de faire fructifier tout cela...**

En effet, en 2007 j'ai souhaité faire converger mon éducation aux valeurs humanistes avec mon expertise métiers. À partir de cette double culture Art & Entreprise, j'ai créé SENZEÔ ART, entreprise de communication par l'art. A ma connaissance, pionnière dans l'organisation d'événements d'entreprise dans les musées et lieux d'art. Nous célébrons l'anniversaire de nos 10 ans. Le parcours a été passionnant, nous sommes aujourd'hui reconnus par les principales institutions culturelles et avons gagné la confiance de nos clients dans différents domaines d'activités.

**Quel est concrètement le but de ces manifestations ?**

Il ne s'agit pas uniquement d'entrer dans un musée, mais bien de trouver un lien cohérent qui fasse sens entre le profil de l'entreprise et le thème d'une grande exposition au cœur de l'actualité culturelle ou d'une collection permanente. Nous avons conçu et réalisé par exemple durant 5 années « les rencontres économiques et culturelles »

**« Notre nouveau format d'Événements #GAGE propose un moment de rencontre et de fertilisation croisée du Génie de l'Art & du Génie de l'Entreprise »**

de la Caisse d'Épargne Ile-de-France en nous attachant à faire un lien entre le thème d'une grande exposition ou d'une collection, avec une recommandation éditoriale pour une conférence d'experts, avant ou après le cocktail et la visite privée. C'est ainsi par exemple que nous avons traité un « tour du monde des économies » et en particulier l'économie américaine dans le cadre d'une visite privée de l'exposition Edward Hooper au Grand Palais. Nous concevons des événements dits « intelligents » et aussi des moments inédits comme en 2014, le décrochage privé de l'exposition Frida Khalo Diego Riveira au musée de l'Orangerie.

Pour la première fois un musée de la capitale a accepté une réouverture après clôture officielle d'une exposition pour faire vivre l'expérience unique

d'un démontage. Un moment rare et une fierté que nos clients ne sont pas prêts d'oublier.

**Comment cela évolue-t-il, quel est le nouveau programme de ces rencontres ?**

Le format de nos événements évolue en « co-création » avec nos clients afin d'être à chaque édition au plus près de leurs

objectifs commerciaux. C'est le cas pour la société CEGOS, leader international de la formation professionnelle avec lequel nous avons investi le territoire de l'Art moderne puis de l'Art contemporain comme espaces d'expression des nouveaux talents. Nous avons affiné chaque édition pour donner sens à leur signature « Beyond Knowledge », au Palais de Tokyo, exposition immersive de l'artiste Celeste Boursier Mougenot, puis Monumenta « l'Étrange Cité des Kabakov ». À chaque fois l'entreprise CEGOS a joué le jeu, et fait découvrir des univers totalement inconnus et riches de sens à ses plus gros comptes. Le défi a été relevé avec succès. La dernière expérience a été vécue au musée Rodin dans le cadre du centenaire de la mort de l'artiste : soirée visite privée du magnifique hôtel Biron rénové, associée à la découverte



**TANIA ZANA, FONDATRICE DE SENZEÔ ART**

de la carte blanche signée par l'artiste contemporain Anselm Kieffer. Nous avons conçu avant le cocktail un temps fort et court d'intervention sur le thème « À quoi pense le Penseur de Rodin ? ».

**Comment les invités ont-ils réagi ?**

L'intervention a été assurée par un de nos experts François Legendre, historien d'art sémiologue et préparée en duo avec un de nos experts entreprise Marc Fourcade, Human Intelligence Dynamics. L'objectif était de sensibiliser le public sur la démarche de l'artiste. Quels éléments entrent en jeu pour produire une œuvre parfaite, qui bénéficie d'une telle renommée, et comment l'entreprise peut-elle s'en inspirer ? Nous avons senti une grande qualité d'écoute, l'émotion a traversé le public qui a été touché, sensibilisé. A tel point que le speech de l'intervention en version écrite nous a été demandé. Ils ont touché du doigt l'utilité de ce moment. C'est tout l'esprit de notre nouveau format d'Événements que nous avons baptisé #GAGE « Rencontre du Génie de l'Art et du Génie de l'entreprise ».

**Comment votre nouveau format d'événement #GAGE illustre-t-il le mieux votre concept innovant ?**

#GAGE est un format d'Événement qui propose toujours dans le cadre d'une grande exposition, au sein d'un musée ou d'un lieu d'art, autour d'un cocktail et d'une visite privée un temps fort d'échanges et de fertilisation croisée



**ÉVÉNEMENT HÔTEL BIRON SUR LE THÈME :  
« À QUOI PENSE LE PENSEUR DE RODIN ? »**

entre managers ou représentants de l'entreprise et commissaires d'expositions, artistes, historiens d'art, philosophes, acteurs du monde de la culture. Il s'agit de créer un moment d'échange entre ces deux univers qui permette à l'entreprise de se confronter à d'autres codes, de sortir de sa zone de confort, de s'équiper pour s'ouvrir à l'inconnu.

### **Dans quelle mesure le rapport entre l'art et l'entreprise peut-il relever du « dialogue » ?**

Avec l'évolution du numérique, nous sommes face à un changement de paradigmes culturels. Pour accompagner le monde qui vient, nous devons pouvoir apprécier notre environnement à 360°, et être prêt au management de la surprise. C'est ce à quoi l'Art nous invite. C'est dans cet échange pensé, court et authentique entre les acteurs de l'art et l'entreprise que nous créons une dynamique d'intelligence collective intéressante pour chaque univers et pour les invités. Nous avons appelé ce moment #Dialogue - étymologiquement Dialogos : à savoir « partager sur l'essentiel en trouvant un récit commun ». Nous avons à cœur de faire de ce moment un temps fort et « fun », #GAGE est la signature émotionnelle de ce type d'événements.

### **D'autres pistes artistiques s'ouvrent-elles au format « GAGE » ?**

Bien entendu, nous allons progressivement intégrer d'autres formes

## **« S'il est prouvé que "l'Art est bon pour le cerveau"\* pourquoi ne le serait-il pas pour l'innovation des entreprises prêtes à se réinventer »**

d'expressions artistiques et faire dialoguer tous les Arts avec l'entrepreneuriat. Pour le moment « GAGE » se décline en deux versions Beaux-Arts et Music. Nous avons un chef de projet spécifiquement dédié aux événements musicaux. La musique constitue bien entendu une illustration superbe de la cohérence que peut trouver une équipe entre ses membres, de l'harmonisation dédiée à l'obtention de résultats. C'est une vérité partout, dans le jazz, le baroque, tous les styles. Cet espace privilégié d'expression doit être un exemple à suivre de la façon dont chacun peut apporter sa pierre à une création commune, et comment les processus créatifs sont les mêmes dans le cadre de la musique et de l'entreprise.

### **Au fond, cette coexistence entre les arts et le monde de l'entreprise, à qui s'adresse-t-elle ?**

Cette proposition d'Événements internes ou externes s'adresse aux entreprises et organisations de toutes tailles engagées en faveur du savoir, de l'Humain, de la R&D, de la Responsabilité sociale donc culturelle et environnementale. Nous sommes animés par la conviction que les valeurs immatérielles portées par l'Art sont un actif de l'entreprise, source de création de valeur, de notoriété et de croissance. Au-delà de

l'événement, nous leur proposons une démarche globale d'ingénierie culturelle, service que nous sommes les seuls à proposer aux entreprises.

### **L'ingénierie culturelle. Comment la définir encore plus précisément ?**

Je dirais que c'est l'ensemble des actions qui vont impacter par l'art et la culture, la culture de l'entreprise. Il s'agit de mettre en place une stratégie culturelle à travers plusieurs outils : les séminaires stratégiques (CODIR), les événements internes et externes, le mécénat culturel et le commissariat d'expositions. Nos

événements GAGE sont l'un de nos outils, nous en avons développé d'autres.

### **Lesquels ? Vous évoquez le « Gouvernail Esthétique® ». Pourquoi cette terminologie ?**

Nous avons mis au point avec nos experts un outil de gouvernance que nous avons baptisé « Gouvernail Esthétique® ». C'est le point de départ du plan d'ingénierie culturelle que nous proposons aux entreprises. Nous invitons les CODIR à une démarche d'exploration, à l'identification de ce point moteur et commun à toutes les parties qui indique la direction. Cet outil s'appuie sur des sources scientifiques, il a été expérimenté avec succès à l'international. C'est un principe d'harmonisation des différentes composantes de l'entreprise autour d'un axe commun porteur de SENS.

### **Vous croyez donc à l'importance de ce concept où l'esthétique et de la recherche d'humain dans les organisations sont les conditions de la réussite même d'un business ?**

Naturellement notre équipe est toute entière engagée dans l'esprit d'une rencontre art & entreprise qui éclaire le

génie de chaque partie. Nous croyons sincèrement à la nécessité de trouver un équilibre dynamique entre les facteurs du sensible : intuition, émotion, intime conviction et ceux de la logique, du mesurable, de la raison pour que nos entreprises s'inscrivent dans une construction pérenne. En ce sens l'Art est un vecteur efficace. C'est aussi la condition pour qu'elles attirent et engagent de nouveaux talents, notamment auprès des générations X et Y en recherche de sens.

### **Comment aborder la suite, demain, avec cette philosophie qui vous est chère ?**

Le neuroscientifique Jean Pierre Changeux affirme que « l'Art est bon pour le cerveau » aussi pourquoi ne le serait-il pas pour nos entreprises qui n'ont plus d'autre choix que d'être agiles, aptes à se réinventer.

Je finirai par une touche plus personnelle : l'idéal serait de ne pas omettre de mettre la Beauté au cœur de nos systèmes, c'est aussi la raison d'être de SENZEÛ ART. Je reprendrai pour terminer la citation de *L'Idiot* de Dostoïevski évoquée à l'inauguration du Louvre d'Abu Dhabi « La beauté sauvera le monde », elle m'inspire, elle m'accompagne.

■ *Propos recueillis par Emmanuel Bonzé*

## **SENZEÛ ART**

Ingénierie Culturelle & Événementielle

- Événements internes & externes
- Séminaires stratégiques (CODIR)
- Mécénat culturel
- Commissariat d'expositions

[www.senzeoart.fr](http://www.senzeoart.fr)



\* Le neuroscientifique Jean Pierre Changeux