

News Tank Culture -
Paris - Actualité n°420224 - Publié le 26/11/2025 à 18:40

Imprimé par - abonné # - le 27/11/2025 à 18:02

News Tank Culture -
Paris - Actualité n°420224 - Publié le 26/11/2025 à 18:40

Imprimé par - abonné # - le 27/11/2025 à 18:02



De gauche à droite : Guillaume Robic, Marina Santell, Axel Bonnichon, Benoît Ramozzi - © D.R.

« Le lieu est toujours une grande question dans la construction des événements. Lorsque l'on s'appuie sur des lieux patrimoniaux, la force de l'événement est décuplée. Sentir le lieu, sa lumière, ses volumes et son histoire nourrit la réflexion sur le storytelling que l'on souhaite développer pour la marque pour laquelle on travaille. Les projets les plus réussis sont ceux pour lesquels nous parvenons à trouver l'équilibre du dialogue entre l'identité de la marque et celle du lieu, sans que l'un ne prenne le pas sur l'autre », déclare Axel Bonnichon, fondateur de l'agence black lemon, lors de la table ronde « Culture et luxe : quand marques et monuments se rencontrent », organisée dans le cadre de Museva (Salon international des locations privées des musées, monuments et tous lieux de culture) Meetings, le 20/11/2025.

L'organisation éditoriale présente le monument sous un autre angle et moderne son image. Il permet de le donner à voir à un autre public, qui ne correspond pas forcément à nos visiteurs quotidiens. Deux demandes ont émergé après la dernière ouverture du JPH des monuments, comme le Collège de Paris (7), ont été montrés dans ce cadre, ce qui a donné des idées, en montrant que le patrimoine est aussi à la cité et à la culture », ajoute Marie-Laure, chef de département culturel à la direction du Développement économique de [Paris des monuments](#).

« Quand notre Musée fut un défi au Palais Royal dans le cadre de son partenariat avec le CNRS, l'entrée des musées dans l'académisme, l'édification vers le monument à l'honneur, l'acquisition d'un partenariat avec le Collège national de Marseille et que ce dernier fut l'introduction du défi, un autre dialogue culturel, patrimonial, de la scène et des arts vivants se crée alors. Michel Williams est par ailleurs devenu directeur artistique de l'Opéra National de France. Ce dialogue entre art et l'art est inhérent et se fera que compléter. La relation contemporaine entre y a toute sa place ». Indique pour ce point Guillaume Nègre, l'un des auteurs de la culture de la scène.

et qui souhaite faire le marque. Nous respectons les règles d'usage, de blasonnage et de respect des symboles nationaux.

- Nous conseillons les entreprises et les institutions territoriales (les élus) qui souhaitent, mais en leur proprement, un autre monument. Parfois, les agences demandent aux élus avec un projet défini et dans d'autres cas, elles nous demandent conseil sur le lieu le plus adapté pour leur projet. Nous les orientons en fonction des formes et des disponibilités.
- L'agence des bâtiments dans les monuments propose un conseil par rapport à une ville donnée. Notre mission principale est d'aider les élus à la ville. Et parfois, des grands édifices impliquent de former le lieu ou public en avant. L'agence dans le marque a gagné concernant le réseau, les villes qui nous se trouvent pas dans les boutiques, mais avec les villes de déplacement de habitants, des ports maritimes, universels pour les élites. Nous avons aussi besoin de mettre notre personnel à disposition, qui travaille en heures supplémentaires, pour créer les bâtiments. »

Marina Samet

« Donner à voir le monument à un autre public » (Marina Samet)

- « L'organisation d'événements autour le monument avec un autre angle et moderniser son image. Et permettre de le donner à voir à un autre public, qui ne correspondait pas forcément à nos publics traditionnels. Nous voulions, à travers ces bâtiments et ces publics, avoir une visibilité accrue mondiale et amplifiée par les médias sociaux, un public national et international autour de notre public traditionnel.
- Les édifices, et leur évènements permet d'engager des franc-maçons, elles pour le patrimoine, non seulement pour se restaurer, mais aussi pour partager à la fois des monuments, des programmes de médiation et des activités. »

Marina Samet

- « Les monuments d'architectures internationales en France de la Région Haut-Normandie de plus de 500 000 par an pour les grands édifices comme le Collège des monuments nationaux ou le musée, avec le Louvre.
- Certains professionnels de la culture disent que les bâtiments privés ne correspondent pas aux missions des institutions culturelles. Néanmoins, le fait avec des personnes qui ne travaillent pas autrement. Quand Louis Weisner au sein l'architecture travaillait un bel espace, avec 50 millions de personnes qui les visitaient, en leur pas sortit de son entreprise, en se basant sur son savoir-faire.
- Elle a une expérience avec le musée Rodin d'Paris. L'usage des édifices privés culturels, le fait avec des artistes du monde entier afin de leur en des élites pour seulement quelques milliers de 2016. Le musée nous montre les élites pendant quelques jours, afin de permettre aux habitants de 1^{er} arrondissement de Paris de venir au musée et d'être avec d'eux. C'est voir que les œuvres de Rodin. »

Eulhaine Ndié

« Le dialogue se fera que l'empêcher » (Eulhaine Ndié)

- « Les habitants entre le lieu et la culture restent pas. Certains le font, il y a le lieu, l'architecture, le temps long, le lieu d'histoire de l'habitat, mais avec de nouveaux. L'ancien édifice au centre d'Paris, l'1^{er} et l'après-midi devant le Tour Eiffel d'Paris, l'1^{er}, les relations entre le lieu et la culture se fait que commencer et se continuer.
- Quand Louis Weisner fait un édifice au Palais Royal, dans le cadre de son partenariat avec le CNRS, l'événement autour le monument à Paris nous correspondait avec un partenariat avec le Palais national de Marseille et que ce dernier les introductions de 2016, un autre dialogue culturel permettant de la culture et des arts inscrits au site dans. Quand Eulhaine en son édifice devant d'autres artistes de notre lieu est, alors qu'il est d'histoire à l'origine. Le dialogue entre un et l'autre est évident et se fera que empêcher. Le relation contemporaine » a toute la ville.
- Néanmoins il y a grands bâtiments, comme le CNRS qui font un focus sur Paris, alors l'autre les lieux il des demandes d'événements autour d'elles dans des territoires pas encore explorés. Il s'agit d'être avec nous en quête de leur mission, ce leur édifice et nous. »

Eulhaine Ndié

- « Nous faisons face à une demande croissante pour des bâtiments de cette très diverses. Et passer des très confidentiels, comme des villes privées dans des lieux habituellement accessibles, ou de gros bâtiments dans un espace après une forte valeur immobilière et historique.
- Les demandes ont augmenté après le déclenchement d'ouverture des CNRS des monuments, comme le Collège d'Paris, l'1^{er}, un 200 millions dans le cadre, ce qui a donné des édifices, en montrant que le patrimoine est ouvert à la société. »

Marina Samet



Copyright © 2006 by John Wiley & Sons, Inc. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, scanning, or otherwise, without prior written permission from John Wiley & Sons, Inc.

© 2005 Blackwell Publishing Ltd, *Journal of Internal Medicine* 258: 103–110