



LES ETI
ACTEURS DU
MÉCÉNAT



ADMICAL
CARREFOUR DU MÉCÉNAT D'ENTREPRISE



ASMEP·ETI
SYNDICAT DES ENTREPRISES
DE TAILLE INTERMÉDIAIRE



ADMICAL ET ASMEP-ETI, UN PARTENARIAT POUR LE MÉCÉNAT

ADMICAL et ASMEP-ETI publient la première étude sur le mécénat des entreprises de taille intermédiaire (ETI) en France. Consacrées par la Loi de modernisation de l'économie d'août 2008, les ETI comptent entre 250 et 5000 salariés, se situant ainsi entre les PME et les grands groupes. Majoritairement patrimoniales et familiales, elles représentent près du quart de l'emploi salarié en France. Particulièrement sensibles aux aléas de la conjoncture économique, elles constituent le véritable poumon économique du pays.

Découvrez dès aujourd'hui les principales tendances et chiffres clés du mécénat de ces entreprises. Un questionnaire électronique a été envoyé à un échantillon représentatif du tissu français des ETI, soit près de 500 entreprises, adhérentes d'ASMEP-ETI ou d'ADMICAL. Quatre ETI mécènes ont par ailleurs accepté de témoigner pour présenter plus en détail leur politique de mécénat.



est une association reconnue d'utilité publique qui développe en France la pratique du mécénat depuis 1979. Forte de ses 190 adhérents, elle représente les mécènes auprès des pouvoirs publics, des médias et des instances internationales. Centre d'information et de formation au mécénat, ADMICAL propose aux professionnels de ce domaine un carrefour de rencontre et de réflexion, permettant un échange actif de bonnes pratiques. ADMICAL publie des études et ouvrages dont le baromètre du mécénat d'entreprise (en partenariat avec l'Institut CSA), le magazine *Mécènes* et le *Répertoire du mécénat*.

www.admical.org



est le Syndicat des Entreprises de Taille Intermédiaire.

Fort aujourd'hui de plus de 600 entreprises adhérentes qu'il fédère et représente, notre syndicat poursuit une triple mission :

- faire connaître et promouvoir dans le débat public les 4600 ETI françaises qui constituent des acteurs majeurs de notre économie;
- porter la voix des ETI auprès des pouvoirs publics et des acteurs institutionnels;
- proposer des mesures concrètes pour garantir la pérennité des ETI (notamment patrimoniales) et favoriser un écosystème propice à leur développement.

www.asmep-eti.fr



LE MÉCÉNAT DANS LES ETI : UNE POLITIQUE DE LONG TERME AU SERVICE DES TERRITOIRES

Les ETI sont les poumons de notre économie. Résilientes dans la crise et conquérantes à l'international, elles structurent les territoires et les bassins d'emplois. Conscientes de leur rôle, elles ont su développer des politiques de mécénat à leur image : le long terme et le lien humain sont au cœur de leur démarche.

Engagement, responsabilité, éthique, valeurs, culture de l'entreprise sont des mots qui reviennent comme des leitmotiv pour caractériser un mécénat que les ETI pratiquent avec persévérance pour soutenir des projets dans des domaines aussi variés que la culture, l'éducation et la solidarité. En y associant leurs collaborateurs, elles contribuent à faire vivre la solidarité au sein de l'entreprise et au-delà. Par le soutien à des projets d'intérêt général structurés en France et à l'international, les ETI illustrent leur volonté de monter en gamme et contribuent ainsi grandement au rayonnement des entreprises françaises.

Il nous semblait important de mettre en lumière ces initiatives, pour montrer l'importance du mécénat que portent nos entreprises en France : un dispositif vertueux, dans lequel le levier fiscal joue également son rôle incitatif, et qu'il convient donc de pérenniser. Pour faire le point sur cet engagement des ETI, ADMICAL et ASMEP-ETI se sont donc associés pour mener cette étude dont nous sommes heureux de vous présenter aujourd'hui les résultats.



Elizabeth DUCOTTET
Présidente
d'ASMEP-ETI



Philippe d'ORNANO
Président
d'ASMEP-ETI



Henri LOYRETTE
Président
d'ADMICAL

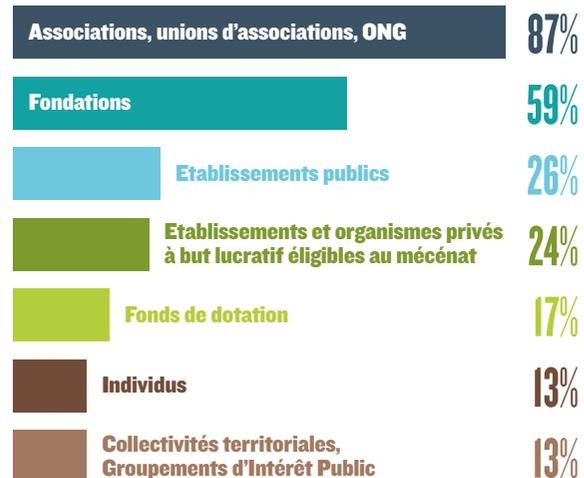
© Didier Plowy

RADIOGRAPHIE DU MÉCÉNAT ÉNAT DANS LES ETI

Les ETI renforcent par le mécénat le rôle social et culturel qu'elles jouent traditionnellement sur leurs territoires.

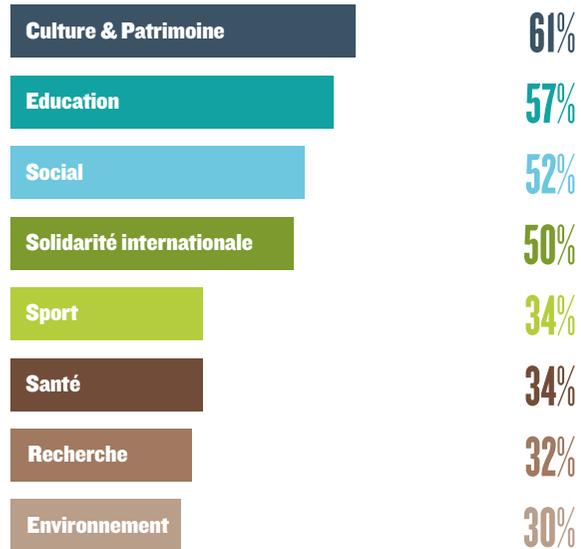
87%
DES ETI MÉCÈNES PRIVILÉGIENT LE SOUTIEN À DES ACTIONS MENÉES SUR LEURS TERRITOIRES D'IMPLANTATION.

UN SOUTIEN APPORTÉ À UNE MULTITUDE D'ACTEURS



DES DOMAINES D'ACTIONS DIVERSIFIÉS

En moyenne plus de 3 domaines d'actions soutenus



80%
POUR D'ENTRE ELLES IL S'AGIT EN PRIORITÉ D'AGIR AU NIVEAU LOCAL.

Celles qui sont également implantées à l'international peuvent néanmoins choisir d'agir dans les régions où elles sont présentes, notamment à travers des actions de solidarité internationale.

DES MODES D'INTERVENTION DIVERSIFIÉS

96% DES ETI MÉCÈNES PRATIQUENT UN MÉCÉNAT FINANCIER

46% LE COMPLÈT PAR UN MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES*

43% PAR DU MÉCÉNAT EN NATURE**

*mise à disposition de salariés sur leur temps de travail

** don de produits, mécénat technologique, mise à disposition de matériel...

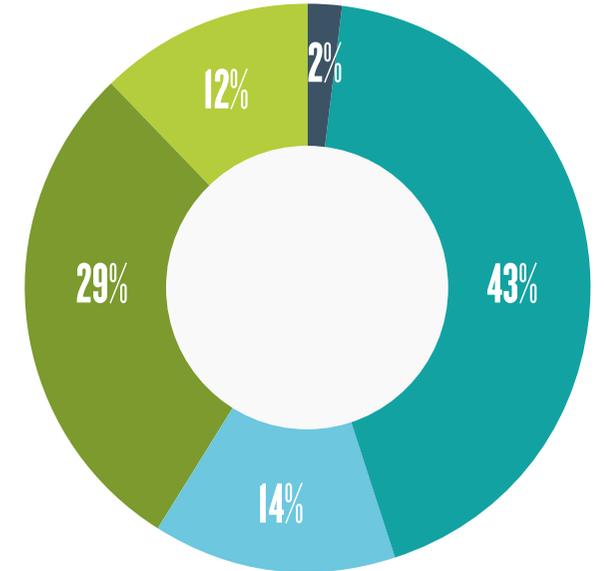
UN ENGAGEMENT INSCRIT DANS LA DURÉE

« LE MÉCÉNAT EST UN ENGAGEMENT LIBRE DE L'ENTREPRISE (...) INSCRIT DANS LA DURÉE »

Charte du mécénat d'entreprise, Admical

FIDÈLES À CES RECOMMANDATIONS, 74 % DES ETI MÉCÈNES PRIVILÉGIENT DES PARTENARIATS SUR PLUSIEURS ANNÉES.

BUDGET MOYEN ALLOUÉ PAR PROJET



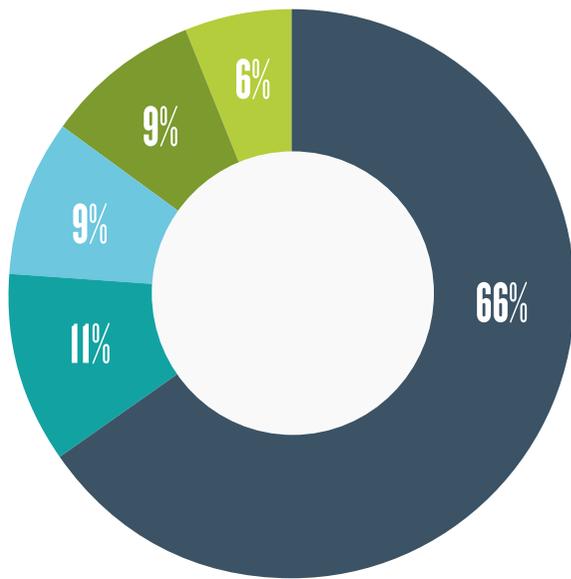
- Plus de 50 000 €
- Entre 10 000 et 50 000 €
- Entre 5 000 et 10 000 €
- Entre 1 000 et 5 000 €
- Moins de 1 000 €



LE DIRIGEANT, MOTEUR DU MÉCÉNAT DANS SON ENTREPRISE

71% DES DIRIGEANTS D'ETI MÉCÈNES SONT AUSSI PHILANTHROPE À TITRE PERSONNEL

STRUCTURE DU CAPITAL DES ETI MÉCÈNES



- Actionnariat familial
- Autre*
- Actionnaire unique
- Actionnaires multiples
- Entreprise cotée

* ex: familial et coté

Dans ces entreprises à l'actionnariat majoritairement familial, le mécénat est la plupart du temps étroitement lié à la personnalité du dirigeant.

Le dirigeant d'ETI est souvent moteur dans la définition de la politique de mécénat de l'entreprise, laquelle est étroitement attachée à sa sensibilité philanthropique personnelle.

A l'inverse des grandes entreprises où le mécénat est souvent placé sous la responsabilité des directions de la communication ou du développement durable/de la RSE, les ETI ont un management plus incarné et le mécénat est en général l'affaire du dirigeant.

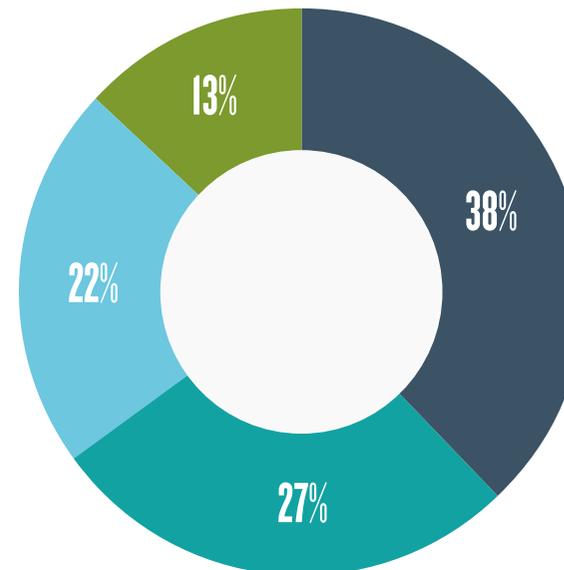
Danièle Kapel-Marcovici, Présidente-directrice générale du groupe RAJA

« J'ai souhaité créer en 2006 la fondation RAJA-Danièle Marcovici car j'avais la volonté de concrétiser mes convictions et de partager ma réussite et celle de mon entreprise avec les femmes qui sont privées de leurs droits fondamentaux partout dans le monde ».



UN MÉCÉNAT INTÉGRÉ À LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE

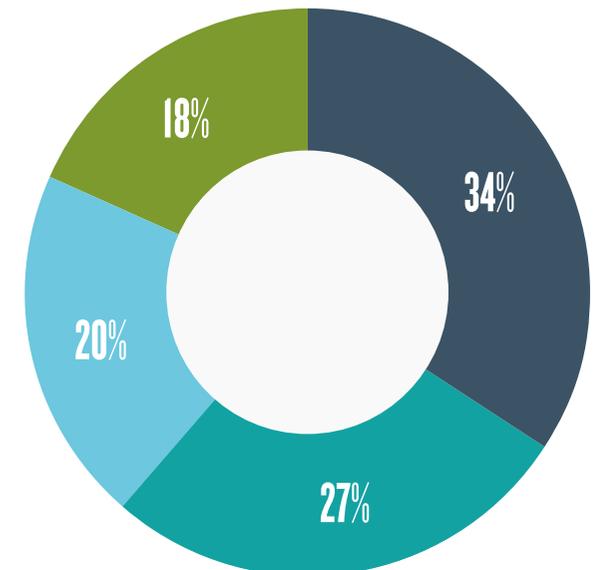
COHÉRENCE POLITIQUE DE MÉCÉNAT / MISSIONS ET ACTIVITÉS DE L'ENTREPRISE



- Forte
- Moyenne
- Faible
- Aucune

Preuve d'une belle maturité en la matière, les ETI mécènes cherchent majoritairement à intégrer le mécénat dans la stratégie globale de l'entreprise en construisant une politique en cohérence avec les missions et activités du groupe et en lien avec la politique de responsabilité sociale de l'entreprise.

LIEN POLITIQUE DE MÉCÉNAT / POLITIQUE DE RSE



- Forte
- Moyenne
- Faible
- Aucune

Pour 34 % des ETI mécènes les stratégies de mécénat et de RSE sont cohérentes et il existe des synergies fortes entre les actions menées. Pour plus d'un quart d'entre elles, des objectifs de cohérence entre les stratégies et les actions menées ont au moins été fixés et la mise en œuvre des projets est coordonnée.

POUR PRÈS DE 40% DES ETI MÉCÈNES LES ACTIONS DE MÉCÉNAT S'APPUIENT SUR LES COMPÉTENCES CLÉS DE L'ENTREPRISE ET POUR 27 % D'ENTRE ELLES LA POLITIQUE DE MÉCÉNAT EST AU MOINS EN LIEN AVEC LEUR SECTEUR D'ACTIVITÉ.



UN LEVIER FISCAL EFFICACE À PRÉSERVER

89% DES ETI MÉCÈNES CONNAISSENT LE DISPOSITIF FISCAL

73% D'ENTRE ELLES LE JUGENT ASSEZ, VOIRE FORTEMENT, INCITATIF

79% DES ETI UTILISENT LA RÉDUCTION D'IMPÔT*

* Les entreprises mécènes déstabilisées en 2013, enquête Admical/ASMEP-ETI/CJD

LORSQU'ELLES SOUTIENNENT DES PROJETS D'INTÉRÊT GÉNÉRAL, LES ENTREPRISES PEUVENT BÉNÉFICIER D'UNE RÉDUCTION D'IMPÔT ÉGALE À 60 % DU MONTANT DU DON, DANS LA LIMITE DE 0,5 % DU CHIFFRE D'AFFAIRES HORS TAXES.

Henri Loyrette,
Président d'Admical

« On voit à quel point notre cadre fiscal a besoin de stabilité. Il faut que se développe la confiance à l'égard du mécénat dans notre pays. Un don coûte de l'argent, il est une vraie démarche d'engagement et non une façon de réduire ses impôts. Le principal effet des réductions fiscales est de permettre aux mécènes de donner davantage [...]

Si vous fragilisez ce système, vous provoquez mécaniquement une chute des dons ».

LE MÉCÉNAT FRAGILISÉ PAR LES PRISES DE POSITION DE LA PUISSANCE PUBLIQUE

Une enquête menée par Admical auprès des entreprises mécènes* montre que les attaques subies par le mécénat en 2012 ont accéléré les baisses de budgets déjà engagées par les effets de la crise. Si l'envie de s'impliquer dans des causes d'intérêt général ne se dément pas chez les entreprises, les incitations fiscales restent un véritable levier pour accroître les dons.

En 2012, le mécénat était attaqué par Bercy et quelques parlementaires qui souhaitaient diminuer l'avantage qui permet aux mécènes de réduire leurs impôts d'une partie de leurs dons. Suite à la mobilisation des associations aux côtés d'Admical, ce projet avait été abandonné. Mais les conséquences de cette attaque et de celles qui ont suivi sont là : les engagements des mécènes sont fragilisés. Si la crise n'est pas étrangère à ce constat, 59 % des entreprises qui ont baissé leur budget en 2013 déclarent pourtant que le climat d'incertitude fiscale autour du mécénat en est responsable, au moins en partie.

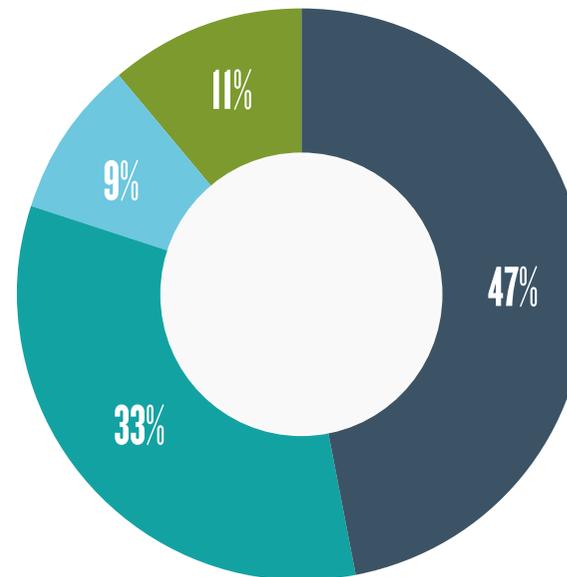


UNE VOLONTÉ DE STRUCTURATION

81% DES ETI MÉCÈNES DÉCLARENT MENER DES ACTIONS DE MÉCÉNAT STRUCTURÉES : DEPUIS PLUS DE 5 ANS POUR UN QUART D'ENTRE ELLES; DEPUIS PLUS DE 10 ANS POUR PRÈS DE LA MOITIÉ D'ENTRE ELLES.

Près de la moitié des ETI mécènes souhaitent désormais structurer leur politique de mécénat ou la restructurer après plusieurs années de mise en œuvre, fortes de l'expérience acquise.

DES POLITIQUES DE MÉCÉNAT EN PLEIN ESSOR



- Phase de structuration/restructuration
- Phase de déploiement
- Phase de lancement
- Inexistante

QUELLES PRIORITÉS POUR 2015 ?





LEVIERS D'UNE POLITIQUE DE MÉCÉNAT RÉUSSIE

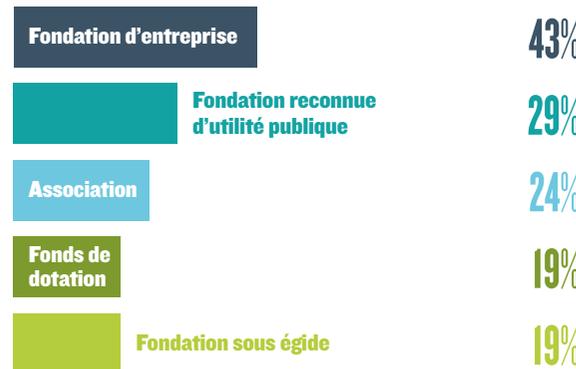
CHOISIR LE MODE DE GESTION LE PLUS ADAPTÉ

Souplesse de gestion, simplicité de création, visibilité, capacité de collecte... l'entreprise mécène doit avant tout définir son projet pour choisir ensuite l'outil de gestion le mieux adapté.

64% DES ETI MÉCÈNES GÈRENT DIRECTEMENT TOUT OU PARTIE DE LEUR MÉCÉNAT.

47% PRÉFÈRENT ABRITER TOUT OU PARTIE DE LEURS ACTIONS DE MÉCÉNAT AU SEIN D'UNE STRUCTURE JURIDIQUE DÉDIÉE.*

CHOIX DE LA STRUCTURE DÉDIÉE AU MÉCÉNAT



* Parmi celles-là **43 % ont choisi la fondation d'entreprise**, seul outil spécifiquement dédié au mécénat. La fondation reconnue d'utilité publique séduit également : elle permet par exemple de transmettre une partie des actions du groupe à la fondation et d'en faire une « arme anti-OPA » pour garantir la continuité de l'entreprise.

35 % des ETI mécènes appartiennent par ailleurs à un club ou à un cercle de mécènes pour agir collectivement en faveur de projets d'intérêt général.

SÉLECTIONNER EFFICACEMENT LES PROJETS À SOUTENIR

Le choix des modes de sélection permet de rationaliser la démarche face à un nombre croissant de demandes de soutien.

Si les ETI mécènes étudient pour la plupart les candidatures spontanées qu'elles reçoivent, beaucoup cherchent également à être proactive et à impliquer tous les collaborateurs et interlocuteurs de l'entreprise.

MODES DE SÉLECTION DES PROJETS



IMPLIQUER SES COLLABORATEURS POUR UN MÉCÉNAT FÉDÉRATEUR

Mettre les collaborateurs au cœur de sa politique de mécénat, leur donner les moyens de s'approprier les projets soutenus, accroître leur fierté d'appartenance à l'entreprise... Ces enjeux ne sont pas l'apanage des grandes entreprises. Ils sont également au centre des réflexions des ETI mécènes.

46% DES ETI MÉCÈNES ONT MIS EN PLACE DES DISPOSITIFS DE MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES.

68% DES ETI MÉCÈNES PROPOSENT ÉGALEMENT À LEURS SALARIÉS DE PARRAINER ET D'ACCOMPAGNER DES PROJETS.

Plus de la moitié des ETI mécènes facilitent également leur participation à des projets humanitaires ou, plus largement, leur engagement bénévole.

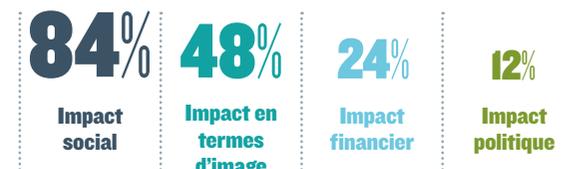
EVALUER SES ACTIONS DE MÉCÉNAT ET EN ASSURER LE SUIVI

Le mécénat est un catalyseur de programmes ambitieux et innovants auxquels les mécènes apportent parfois un soutien important, rendant nécessaire un suivi rigoureux de l'utilité des actions et de l'utilisation des fonds.

Plus de la moitié des ETI mécènes évaluent a posteriori l'impact de leurs actions de mécénat. Leur objectif principal est de mesurer l'impact social de leurs actions, pour tenter de remplir efficacement leur rôle sur le territoire. Près de la moitié d'entre elles tentent également de mesurer l'impact de leur politique de mécénat sur l'image de l'entreprise.

Près de 70 % des ETI mécènes demandent à leurs partenaires un suivi des initiatives qu'elles soutiennent.

OBJECTIFS D'ÉVALUATION



SAVOIR VALORISER SON MÉCÉNAT

« Le mécénat répond à une attente de la société vis-à-vis de l'entreprise. Il participe à la construction de sa réputation et instaure la confiance, car il s'inscrit dans une démarche de long terme. »
Charte du mécénat d'entreprise, Admical

En interne ou en externe, la communication de l'entreprise sur son mécénat permet de répondre efficacement à ces attentes.

Conscientes que le mécénat renforce leur identité, 80 % des ETI mécènes déclarent communiquer autour de leurs actions, en général à travers les sites Internet ou intranet de l'entreprise. Elles sont pour le moment peu nombreuses à avoir créé des outils de communication spécifiquement dédiés à leur politique de mécénat.



COUP D'ŒIL SUR LE MÉCÉNAT D'UNE ENTREPRISE ENGAGÉE : LE GROUPE NIGAY

DEPUIS 20 ANS NIGAY DÉVELOPPE UNE POLITIQUE DE MÉCÉNAT DANS LE CADRE D'UNE DÉMARCHE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE FORMALISÉE.

BUDGET MOYEN ALLOUÉ PAR PROJET	BUDGET ANNUEL MOYEN CONSACRÉ AU MÉCÉNAT	NOMBRE DE PROJETS SOUTENUS PAR AN
1 200 €	25 000 à 40 000 €	40

LE GROUPE NIGAY



Implantée dès 1855 sur le site de Feurs (42), NIGAY est à l'origine, une féculerie. En 1973, l'entreprise reprend la société Mombron

et Bon, fabricant de caramels aromatiques et colorants et son savoir-faire ancestral. Les actuels dirigeants, Henri et Yves Nigay, représentent la cinquième génération de la famille à la tête de la société et la 6^e génération est d'ores et déjà rentrée au capital de l'entreprise. Forte de ses réussites, la société NIGAY a su s'imposer en tant qu'expert au sens très large du caramel au niveau international. NIGAY propose plus de 450 références de caramel réparties selon les caractéristiques de chaque type de caramel.



NOMBRE DE SALARIÉS : **175** | CHIFFRE D'AFFAIRES : **50 M€**

MEILLEUR PROJET, MEILLEUR SOUVENIR ?

NIGAY pratique depuis plus de 20 ans une politique de mécénat associatif, caritatif et culturel ancrée dans son territoire. Chaque projet est différent donc il est difficile de comparer et d'établir un palmarès. Néanmoins, l'implication de Nigay dans la fondation Terra Isara destinée à promouvoir l'agroécologie est une fierté. A travers les fondations de recherche scientifique, des universités Jean Monnet à Saint-Etienne et Claude Bernard à Lyon, nous faisons le lien entre mécénat, recherche et développement durable.

3 QUESTIONS À HENRY NIGAY, PRÉSIDENT DU GROUPE



Si je vous dis mécénat, ça vous évoque quoi ?

Le mécénat de NIGAY consiste à impliquer notre entreprise dans des actions de développement durable, afin de procéder à une forme de redistribution de la richesse de l'entreprise, au profit d'actions d'intérêt général et d'utilité publique aussi bien au niveau local qu'international.

Le partenaire idéal pour une politique de mécénat réussie ?

Les projets soutenus et les partenaires sont tous très divers. Néanmoins, nous soutenons beaucoup d'associations sportives locales, ainsi que des projets dans le domaine culturel et scientifique. Ce qui importe, c'est que ce soutien soit cohérent avec la politique de l'entreprise et bénéficie au rayonnement de son territoire. C'est pour cette raison que nous promovons l'action des petites structures, avec qui nous nouons des partenariats étroits, sur le long terme. A l'inverse, un mécénat qui se révélerait peu efficace ne sera pas reconduit. Nous avons une maîtrise complète du mécénat : l'argent est donné là où il est efficace.

Apport du mécénat dans la vie de l'entreprise ?

Une politique de communication interne a été mise en place chez NIGAY. Tous les collaborateurs sont tenus au courant de la politique de développement durable, et donc de mécénat, par le biais d'écrans présents dans les salles de repos. De même, nous soutenons régulièrement des structures qui nous sont signalées par des collaborateurs, qui savent ainsi que l'entreprise est pleinement impliquée dans la vie locale, dans une logique de redistribution. Le mécénat est fédérateur pour l'ensemble du personnel de par son utilité sociétale.

“ NOUS SOUTENONS RÉGULIÈREMENT DES STRUCTURES QUI NOUS SONT SIGNALÉES PAR DES COLLABORATEURS, QUI SAVENT AINSI QUE L'ENTREPRISE EST PLEINEMENT IMPLIQUÉE DANS LA VIE LOCALE, DANS UNE LOGIQUE DE REDISTRIBUTION. ”



COUP D'ŒIL SUR LE MÉCÉNAT D'UNE ENTREPRISE ENGAGÉE : LE GROUPE GATTEFOSSÉ

GATTEFOSSÉ A CRÉÉ SA FONDATION D'ENTREPRISE EN 2008.

BUDGET MOYEN ALLOUÉ PAR PROJET	BUDGET ANNUEL MOYEN CONSACRÉ AU MÉCÉNAT	NOMBRE DE PROJETS SOUTENUS PAR AN
15 000 €	150 000 €	5

LE GROUPE GATTEFOSSÉ



Créé en 1880, Gattefossé développe et produit des ingrédients de spécialité pour les industries cosmétique et pharmaceutique.

Spécialiste de la chimie des lipides et de l'extraction végétale, Gattefossé propose également son expertise en formulation approfondie dans ses laboratoires d'applications. Gattefossé commercialise ses produits dans plus de 60 pays grâce à ses 12 filiales et son réseau de distribution qui assurent un support technique et marketing solide à ses clients : 75% de ses ventes sont réalisées à l'export.

NOMBRE DE SALARIÉS : CHIFFRE D'AFFAIRES

250 : **80 M€**



Exposition sur l'urgence sociale dans les locaux de Gattefossé. © JBB

MEILLEUR PROJET, MEILLEUR SOUVENIR ? UN PARTENARIAT DE 7 ANS AVEC L'ASSOCIATION D'URGENCE SOCIALE ALYNEA

Le soutien de la fondation a porté sur différents aspects de l'activité de l'association et a évolué au fil des ans et des rencontres avec notre partenaire :

- rénovation d'une cuisine et des douches dans des centres d'hébergement pour femmes seules avec enfants ;
- prise en charge des formations de deux travailleurs sociaux ;
- création d'un espace «bobologie» dispensant les premiers soins des hommes recueillis après une période d'errance dans la rue ;
- réalisation d'un reportage photographique sur les différentes facettes de l'urgence sociale afin d'aider l'association à mieux communiquer sur ses activités ;
- organisation de réunions de brainstorming avec notre partenaire pour organiser une rencontre sur le thème du « travail social palliatif » mis en œuvre par le directeur de l'association ;
- mise en contact du directeur de l'association avec *Acteurs de l'Economie* en vue de la réalisation d'une interview dans le magazine diffusé à 12 000 exemplaires aux milieux économiques. Nous aidons ainsi notre partenaire à améliorer sa visibilité et sa notoriété et à renforcer sa crédibilité dans la recherche de fonds privés.

3 QUESTIONS À JACQUES MOYRAND, PRÉSIDENT DU GROUPE



Si je vous dis mécénat, ça vous évoque quoi ?

Une aventure humaine, pleine d'inattendus, sortant des normes habituelles de l'entreprise, et aussi une continuité de l'esprit des fondateurs de l'entreprise. Une ouverture de l'entreprise vers le secteur de l'intérêt général, deux mondes qui apprennent à se connaître, à faire ensemble. Par exemple, nous avons l'habitude depuis les débuts de l'entreprise de partager nos savoirs en pharmacie galénique avec

l'ensemble de la communauté scientifique internationale, mais la fondation nous a permis de les partager aussi avec certains pays en voie de développement comme le Laos, où nous signons pour la 3^e année consécutive un accord de partenariat avec la faculté de pharmacie de Vientiane. J'ai découvert que le directeur de l'association ALYNEA était lui aussi un véritable entrepreneur/manager, qu'il avait piloté une fusion complexe de deux associations d'urgence sociale, qu'il devait se battre pour trouver des financements et pour introduire des projets innovants, qu'il gérait non seulement plus d'une centaine de collaborateurs, des éducateurs ou des spécialistes de l'insertion, mais aussi des bénévoles avec des vraies spécificités... C'est aussi un regard particulier sur les plus démunis que nous avons

souhaité soutenir, l'expression d'une solidarité vis-à-vis de ceux de nos concitoyens qui ont beaucoup perdu dans des parcours de vie chaotiques. C'est pourquoi nous avons aussi voulu sensibiliser les collaborateurs de l'entreprise aux différentes facettes de l'urgence sociale sous l'angle de la proximité et de ce qui peut nous rapprocher de ces publics plutôt que de céder à la tentation de les marginaliser ou de les stigmatiser.

Le partenaire idéal pour une politique de mécénat réussie ?

Une structure d'intérêt général avec laquelle le dialogue est libre, constructif, ouvert sur les réalités et les contraintes de chacun, où chaque partenaire trouve quelque chose à apporter qui vient de lui, sans appliquer des recettes toutes faites.

L'apport du mécénat dans la vie de votre entreprise ?

La satisfaction d'apporter du sens et une dimension supplémentaires au travail des collaborateurs, au renforcement de la logique humaine au sein de l'entreprise, enfin à la perception de l'entreprise par tous nos publics.

“ UNE OUVERTURE DE L'ENTREPRISE VERS LE SECTEUR DE L'INTÉRÊT GÉNÉRAL, DES MONDES QUI APPRENNENT À SE CONNAÎTRE, À FAIRE ENSEMBLE.”



COUP D'ŒIL SUR LE MÉCÉNAT D'UNE ENTREPRISE ENGAGÉE : LE GROUPE POUJOULAT

POUJOULAT PRATIQUE UNE POLITIQUE DE MÉCÉNAT ET DE SPONSORING DEPUIS LE DÉBUT DES ANNÉES 1980, DANS TROIS DOMAINES : SPORT, CARITATIF ET CULTURE.

BUDGET MOYEN ALLOUÉ PAR PROJET	BUDGET ANNUEL MOYEN CONSACRÉ AU MÉCÉNAT	NOMBRE DE PROJETS SOUTENUS PAR AN
15 000 à 30 000 €	250 000 €	12

LE GROUPE POUJOULAT



Le groupe Poujoulat est le leader mondial des systèmes d'évacuation de fumée métalliques (conduit de cheminée et sortie de toit) pour

la maison individuelle, l'habitat collectif, l'industrie, le tertiaire et la production d'énergie. Ces solutions complètes s'adaptent à tout type d'appareil et de combustible, en neuf comme en rénovation. Depuis 2007 le groupe Poujoulat est devenu un acteur majeur des énergies renouvelables en investissant massivement dans le développement du bois énergie (granulés de bois, bûches densifiées et bois de chauffage).

Présent dans 30 pays au travers de 16 sociétés, le groupe dispose de 200 000 m2 de bâtiments et d'outils industriels et logistiques performants.

Créé en 1950, le groupe Poujoulat a été repris par la Famille Coirier en 1975. Frédéric Coirier est la 2^e génération à la tête de l'entreprise.

NOMBRE DE SALARIÉS : **1 500** | **CHIFFRE D'AFFAIRES** : **230 M€**

MEILLEUR PROJET, MEILLEUR SOUVENIR ?

On ne peut pas réellement parler de meilleur projet, car une politique de mécénat réussie est une politique d'accompagnement sur le long terme. Poujoulat s'investit depuis toujours dans le domaine du sport aux côtés des jeunes sportifs de haut niveau, afin de les accompagner matériellement (prise en charge des déplacements et achat de matériel), pour leur permettre de participer sereinement aux compétitions internationales. Pour ces jeunes, souvent d'origine modeste, c'est la garantie de pouvoir pratiquer leur discipline au meilleur niveau, et de donner le meilleur d'eux-mêmes, déchargés des soucis matériels. Poujoulat soutient également des actions de formation.

Ainsi, nous soutenons depuis 15 ans le club de Foot de Niort « les chamois niortais », qui a créé un centre de formation que nous soutenons par notre politique de mécénat et de sponsoring. De même, le groupe soutient le club d'athlétisme de Franconville « Césame Val d'Oise », champions de France en 2011 et 2013. Le mécène qu'est le groupe intervient donc pour renforcer les moyens financiers et permettre aux jeunes de se concentrer sur leur sport.

3 QUESTIONS À FRÉDÉRIC COIRIER, PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE DU GROUPE



Si je vous dis mécénat, ça vous évoque quoi ?

Le mécénat chez Poujoulat est intimement lié au sponsoring. Dans les années 1990, le groupe soutenait 80% des projets par sponsoring et 20% par mécénat. Aujourd'hui, le rapport entre les deux s'est stabilisé autour de 60/40. Nous soutenons principalement des actions menées dans le domaine sportif (voile, football, athlétisme...), mais pas uniquement ! Poujoulat soutient également des actions caritatives, notamment à destination de l'Afrique et de l'Asie du Sud-Est, et œuvre également dans le domaine de la culture : réfection d'une église de la région, achat d'œuvres d'art exposées sur notre site. La politique de mécénat du groupe Poujoulat est très variée.

Le partenaire idéal pour une politique de mécénat réussie ?

Là, encore, il est difficile de parler de partenaire idéal, tout dépend du message que l'on souhaite faire passer. La politique de mécénat doit correspondre à la culture et aux valeurs de l'entreprise. En ce qui nous concerne, nous prôtons des valeurs d'exemplarité et d'implication de fond et, à cet égard, le soutien que nous apportons aux jeunes sportifs illustre parfaitement ces valeurs : en leur permettant de ne pas avoir à trop se soucier des aspects matériels, nous les aidons à donner le meilleur d'eux-mêmes. Le courage et le sens du sacrifice dont font preuve ces jeunes est assez révélateur des valeurs d'engagement et d'abnégation que promeut Poujoulat.

L'apport du mécénat dans la vie de votre entreprise ?

Le partage avec les

collaborateurs du groupe autour de ces valeurs est structurant et montre que l'effort et le travail ne peuvent qu'aller de pair avec des valeurs d'honnêteté et d'éthique. Poujoulat est une entreprise implantée dans son territoire et à ce titre, le groupe a une responsabilité sociale qui s'exprime (entre autres !) par le mécénat. L'accompagnement des jeunes issus de milieux modestes, voire défavorisés, véhicule un message positif, qui structure les relations entre collaborateurs dans les équipes. Au-delà, c'est aussi une image de l'entreprise donnée aux clients et aux fournisseurs. Enfin, dans le domaine de la culture, il me semble que le rôle du mécénat est également d'aider les gens à gagner en ouverture d'esprit, en curiosité et en sensibilité : cette idée rejoint l'image de marque de l'entreprise sur la question de la montée en gamme.

“ UNE OUVERTURE DE L'ENTREPRISE VERS LE SECTEUR DE L'INTÉRÊT GÉNÉRAL, DES MONDES QUI APPRENNENT À SE CONNAÎTRE, À FAIRE ENSEMBLE.”



COUP D'ŒIL SUR LE MÉCÉNAT D'UNE ENTREPRISE ENGAGÉE : LE GROUPE RAJA

LA CRÉATION DE LA FONDATION RAJA-DANIÈLE MARCOVICI IL Y A HUIT ANS A PERMIS DE FORMALISER LA POLITIQUE DE MÉCÉNAT DU GROUPE RAJA, QUI MENAIT DÉJÀ DES ACTIONS DE SOLIDARITÉ AVANT CELA.

BUDGET MOYEN ALLOUÉ PAR PROJET	BUDGET ANNUEL MOYEN CONSACRÉ AU MÉCÉNAT	NOMBRE DE PROJETS SOUTENUS PAR AN
10 000 €	823 730 €	40

LE GROUPE RAJA

RAJA Fort d'une expérience de près de 60 ans, le groupe RAJA propose à plus de 500 000 clients européens, la plus large gamme de produits d'emballage. Implanté aujourd'hui dans 15 pays européens au travers de 18 sociétés, le groupe RAJA s'est imposé comme un leader sur ses marchés s'illustrant par sa passion du service et du client, sa dynamique d'innovation et par le savoir-faire de ses collaborateurs.

Il confirme aussi sa vocation d'être, pour toutes les entreprises clientes, le partenaire privilégié pour leurs achats de consommables et d'équipements d'emballage.

NOMBRE DE SALARIÉS : **1 426** | CHIFFRE D'AFFAIRES : **421 M€**



MEILLEUR PROJET, MEILLEUR SOUVENIR ?

Il s'agit d'un souvenir récent, mais qui illustre la volonté de RAJA de proposer à ses collaborateurs de s'impliquer aux côtés de la fondation. A l'occasion de la Journée internationale des Droits des Femmes, le 8 mars 2014, la fondation a organisé une « opération podomètres » visant à récolter des fonds au profit de l'association Human Rights Watch, partenaire de la fondation depuis 2012. Pendant quatre jours, les 568 collaborateurs de RAJA France ont marché et pris part à différentes activités sportives, afin de réaliser un maximum de pas pour soutenir une campagne contre les mariages précoces et forcés des jeunes filles au Soudan du Sud. Grâce aux 5 millions de pas effectués, l'association a reçu un chèque de 5 000 €. Cette opération était accompagnée d'une campagne d'information sur la situation des femmes dans le monde, avec notamment une exposition photo « Elles changent l'Inde », présentant des portraits de femmes qui font évoluer l'Inde d'aujourd'hui. Cette initiative, inédite chez RAJA, a suscité l'enthousiasme des collaborateurs et a permis de les sensibiliser aux droits des femmes et aux activités de la fondation de manière active et ludique.

« Opération podomètres » en soutien à l'association Human Rights Watch
© Laurent Kronental / Fondation RAJA-Danièle Marcovici

3 QUESTIONS À DANIELÈ KAPEL-MARCOVICI, PDG DU GROUPE



RAJA-Danièle Marcovici. Quel que soit son domaine d'action (social, culturel, solidarité internationale,...), le mécénat doit permettre de sensibiliser et de mobiliser, de promouvoir et de mettre en lumière des initiatives qui méritent de l'être, de contribuer à faire bouger les lignes.

Le partenaire idéal pour une politique de mécénat réussie ?

Plutôt que d'un partenaire « idéal », je préfère vous parler des partenaires de la fondation, c'est-à-dire les 191 associations que la fondation a soutenues depuis sa création en 2006. Des associations qui agissent concrètement chaque jour en faveur de l'amélioration des conditions de vie des femmes en France ou dans le monde. Qui cherchent des solutions et innovent pour répondre efficacement aux besoins des femmes sur le terrain. Qui témoignent, dénoncent

et réussissent à mobiliser contre les injustices et les violences auxquelles elles sont confrontées. Bien souvent, il s'agit de petites associations, peu soutenues par ailleurs, et pour lesquelles le soutien de la fondation est essentiel.

Quel est l'apport du mécénat dans la vie de votre entreprise ?

La fondation RAJA-Danièle Marcovici incarne les valeurs de respect, de solidarité et d'égalité professionnelle que j'ai toujours défendues et qui ont forgé RAJA. C'est une formidable occasion d'ouverture et de partage avec toute l'entreprise. En interne, le mécénat nous offre la possibilité de construire ensemble quelque chose de nouveau, de généreux, dont nous sommes fiers. Le programme d'implication « RAJApeople », lancé en 2013, permet ainsi aux collaborateurs à travers différents modes d'implication (bénévolat de compétences, microDON sur salaires, parrainage de projets) de participer aux côtés de la Fondation, et à leur niveau, à des projets en faveur des femmes. On se rend compte que les collaborateurs se sentent concernés, ils sont fiers d'être dans une entreprise qui s'engage ainsi.

.....

BIEN SOUVENT, IL S'AGIT DE PETITES ASSOCIATIONS, PEU SOUTENUES PAR AILLEURS, ET POUR LESQUELLES LE SOUTIEN DE LA FONDATION EST ESSENTIEL.



ASMEP·ETI

SYNDICAT DES ENTREPRISES
DE TAILLE INTERMÉDIAIRE

18 RUE BOISSIÈRE · 75116 PARIS

WWW.ASMEP-ETI.FR · CONTACT@ASMEP-ETI.FR

TÉL. : 01 56 26 00 66



6 BOULEVARD SAINT-DENIS · 75010 PARIS

WWW.ADMICAL.ORG · CONTACT@ADMICAL.ORG

TÉL. : 01 42 55 20 01

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier les nombreuses ETI qui ont pris le temps de répondre à cette étude, ainsi que les quatre contributeurs qui ont accepté de témoigner pour nous permettre d'illustrer les résultats de cette enquête :

**Henri NIGAY, Président du Groupe Nigay,
Jacques MOYRAND, Président du Groupe Gattefossé,
Frédéric COIRIER, Président du Directoire de Poujolat et
Danièle KAPEL-MARCOVICI, PDG du Groupe Raja.**