

# Les prêts verts

## Les offres dans votre région et France

le dauphiné

# Entreprises

N°21 - 27 avril 2010 - www.ledauphine.com

DRÔME-ARDÈCHE



P. 8 à 11 | PME ET MÉCÉNAT |

# Le duo gagnant

Photo Anne-Laure BISTON / DL

Supplément gratuit au Dauphiné Libéré N°20359 du mardi 27 avril 2010

Ne pas jeter sur la voie publique

**Domaine de la Valdaine**  
Séminaire résidentiel - journée étude - show room...

à 5 mn de Montélimar,  
direction Dieulefit  
26740 Montboucher/Jabron

www.domainedelavaldaine.com  
+33 (0)4 75 00 71 30

# Les prêts verts

## Les offres dans votre région et France

le dauphiné

# Entreprises

N°21 - 27 avril 2010 - [www.ledauphine.com](http://www.ledauphine.com) DRÔME-ARDÈCHE



P. 8 à 11 | PME ET MÉCÉNAT |

# Le duo gagnant

Photo Anne-Laure BISTON / DL

Supplément gratuit au Dauphiné Libéré N°20359 du mardi 27 avril 2010

Ne pas jeter sur la voie publique

**Domaine de la Valdaine**  
Séminaire résidentiel - journée étude - show room...

à 5 mn de Montélimar,  
direction Dieulefit  
26740 Montboucher/Jabron

[www.domainedelavaldaine.com](http://www.domainedelavaldaine.com)  
+33 (0)4 75 00 71 30

# PME ET MÉCÉNAT | Le duo gagnant

73 % des mécènes sont des entreprises de 20 à 99 salariés. Les PME créent des fondations, s'investissent dans des clubs de partenaires ou des associations. Elles y gagnent en notoriété, en cohésion, en intégration dans le tissu local... Autant d'avantages qu'elles ont intérêt à renforcer en période de crise.

Par Carina ISTRÉ

Il y a des chiffres qui font mentir les idées reçues. Saviez-vous que plus de 30 000 entreprises mécènes en France sont des PME ? Les grandes entreprises ont certes investi depuis longtemps le terrain du mécénat, avec succès. Mais depuis quelques années, les PME entrent dans le jeu. Aujourd'hui, 73 % des mécènes sont des entreprises de 20 à 99 salariés. Le boom s'est engagé, avec un peu de retard, dans la lignée de la loi de 2003 instituant des formes juridiques plus souples et des avantages fiscaux pour les donateurs, particulièrement dans notre région classée deuxième après l'Île-de-France à la fois pour le mécénat et le PIB. En 2006 déjà, le mécénat en Rhône-Alpes représentait 103 millions d'euros (sondage CSA-Admical). Ici comme ailleurs, la pratique a progressé depuis. Elle s'est démocratisée en prenant des formes nouvelles, fondations d'entreprises, clubs de partenaires, conventions avec des associations. Elle a investi en priorité le domaine des arts, la solidarité, la santé.

Une bonne affaire pour les mécènes ? "Là n'est pas le premier enjeu", répondent-ils en chœur. Le mécénat n'est pas le sponsoring. Il ne faut pas en attendre un impact direct proportionnel à l'investissement. Il s'agit d'abord, selon Jean-François Perrin, président de Benvenuto, club partenaire du Festival Berlioz à la Côte-Saint-André en Isère, où se côtoie la holding Hermès et une dizaine de PME, de "participer à la vie locale, favoriser l'accès à la culture tout en témoignant qu'une entreprise ne vit pas dans un univers clos". Les retombées ne se mesurent pas, mais elles sont perceptibles au quotidien. L'imprimerie iséroise des Deux-Ponts, à Bresson, intervient comme mécène du Centre



Contrairement aux idées reçues, plus de 30 000 entreprises mécènes en France sont des PME. Photo Anne-laure BISTON / DL

d'art Bastille (CAB) de Grenoble. "Nous soutenons le CAB depuis longtemps, mais aussi des pôles de création plus éloignés, comme Preljocaj à Aix-en-Provence. Nous considérons que notre ville et notre région doivent être attractives, pour nos clients qui sont parfois amenés à séjourner plusieurs jours ici, et pour nos employés", explique-t-on chez l'imprimeur. L'importance du lien local l'emporte souvent sur l'image. Ainsi pour la Banque de Savoie, mécène des Concours internationaux de musique de Val-d'Isère, entre autres actions qu'elle n'intègre pas dans sa politique de communication. Parfois même, ce sont les liens du cœur qui priment, comme pour Jean-Michel Karam, Pdg de Memscap à Crolles en Isère, fondateur de l'association Leyla du nom de sa mère victime d'une amylose.

"L'entreprise est l'un des donateurs de l'association, qui aide la recherche contre les maladies rares et orphelines. Nombre de mes relations la soutiennent. Il y a un impact positif sur la société, mais ce n'est pas le but premier", confie-t-il.

Il y a des cas où la passion rejoint la raison, comme celui de la fondation d'entreprise Blachère à Apt dans le Vaucluse. Cette société spécialisée dans les illuminations a créé en 2005 un espace d'art contemporain africain, à côté de ses locaux. Elle est également partenaire du musée des Confluences de Lyon pour le premier festival de Passages, consacré en juin 2010 au thème « Afriques et créations ». "Tout est

né de la seule passion d'un homme, Jean-Paul Blachère, le patron de la société, pour l'Afrique. Quand on a vu les visiteurs de la fondation s'intéresser de près à l'entreprise, on a compris que cela pouvait avoir des retombées économiques, témoigne l'adminis-

*"Une entreprise ne vit pas dans un univers clos"*

trateur Claude Agnel. Ce n'était pas du tout le but de la fondation au départ, mais aujourd'hui l'Afrique commence à éclairer ses villes, et étant donné les liens tissés entre elle et notre entreprise, elle est en train de devenir un marché pour la société Blachère. "

Implanté en Haute-savoie, Somfy, leader mondial des automatismes d'ouverture dans le bâtiment, se veut avant tout "entreprise ci-

toyenne", explique Jean-Michel Jaude, directeur de la communication. À son actif : une fondation pour mieux habiter la planète, le soutien aux architectes de l'urgence... et une politique culturelle élaborée en direct avec les municipalités dans ses trois communes d'implantation : Cluzes, Bonneville et Sallanche. Plus qu'une bonne affaire, le mécénat est une question d'identité, d'intégration dans un tissu local que les entreprises ont intérêt à booster. Ce qui explique que, selon les estimations CSA-Admical, elles n'aient pas remis en cause leurs choix et que, sur fond de crise, le budget global du mécénat se soit maintenu.

## EN CHIFFRES |

**2,5 milliards d'euros**

2,5 milliards d'euros ont été consacrés au mécénat en France en 2008. 63% de ce budget émane des entreprises de 200 salariés et plus. Si elles pèsent moins financièrement parlant, les PME ne sont pas absentes pour autant, puisque 73% des mécènes sont des entreprises de 20 à 99 salariés. Le secteur des services est le plus concerné. Il apporte à lui seul 64% du budget. Parmi les initiatives soutenues, 47% des entreprises concernées interviennent dans le domaine de la solidarité, soit 32% du budget global alloué au mécénat. 36% des entreprises s'investissent dans le domaine de la culture et apportent 39% du budget. La déduction fiscale n'est pas l'unique motivation puisque 54% seulement des entreprises mécènes déclarent en bénéficiaire. La région Rhône-Alpes, seconde région française sur le plan du PIB, est aussi la plus dynamique en matière de mécénat, après la région Ile-de-France.

(Source : Admical-CSA)

**3 QUESTIONS À | Bénédicte Menanteau**

Délégue générale de l'Association pour le développement du mécénat industriel et commercial (Admical), dont le rôle est de promouvoir le mécénat d'entreprise.



**Les PME estiment souvent que le mécénat n'est pas à leur portée. Que leur répondez-vous ?**

Le mécénat est vraiment à la portée de toutes les entreprises. D'ailleurs, beaucoup de PME font du mécénat sans le savoir. Le mécénat est le fruit de la rencontre entre une entreprise et un projet ou une cause portée par une association éligible au mécénat (c'est-à-dire qui présente un caractère d'intérêt général et n'exerce pas d'activité lucrative). L'entreprise décide de soutenir cette association en lui offrant une aide, même modeste : le mécénat n'est pas nécessairement un engagement financier très coûteux pour l'entreprise. D'autre part, c'est un acte libre, qui peut démarrer par un soutien ponctuel pour ensuite s'inscrire dans une démarche plus construite. Si la PME veut développer son action en suscitant l'intérêt de ses clients ou fournisseurs, en impliquant ses salariés,

les inviter à assister à un événement culturel ou à contribuer directement aux actions de mécénat, il faut alors que ce soit plus organisé.

**Y a-t-il des conditions spécifiques à créer pour franchir le pas ?**

Il faut avant tout que les entreprises soient accompagnées. Isolées, elles auront plus de mal à orienter leur projet, elles n'auront pas forcément toutes les compétences à leur disposition. Les moyens financiers ne sont généralement pas un obstacle, les interrogations des entreprises sont d'un autre ordre : comment soutenir une cause qui soit en adéquation avec l'entreprise, comment construire une bonne relation avec ce partenaire... Elles peuvent avoir recours à un organisme spécialisé ou se rapprocher d'autres PME pour créer un club d'entreprises qui permet de mutualiser les moyens et les compétences. La forme la plus aboutie est la fondation d'entreprise, qui contrairement aux idées reçues est accessible aux PME. Il faut y consacrer 150 000 € sur 5 ans, soit 30 000 € par an. La création d'une fondation relève d'une réflexion plus large sur l'engagement sociétal de l'entreprise.

Mais on peut très bien faire du mécénat sans créer de structure propre. Cela peut être aussi du mécénat de compétences : une entreprise peut mettre à disposition gracieusement son savoir-faire ou son matériel.

**Quelle utilité une PME peut-elle trouver à devenir mécène ?**

Autrefois considéré comme signe extérieur de richesse, le mécénat est aujourd'hui un signe extérieur de responsabilité. Il permet à l'entreprise de jouer un rôle citoyen dans sa communauté, et ainsi de valoriser l'image institutionnelle de l'entreprise et affirmer sa présence dans le tissu régional. Les PME ont souvent des difficultés à se construire une image car elles n'ont pas toujours les moyens de faire des plans de communication. Le mécénat leur permet de construire leur identité, de créer du lien avec les salariés, de développer des passerelles avec les acteurs du monde non marchand, les collectivités locales et les associations. Cette ouverture sur d'autres modèles permet d'introduire des valeurs qui ne sont pas présentes d'emblée dans une entreprise. Le mécénat permet également un partage d'expertise entre tous les acteurs qu'il implique.

## LA NOUVEAUTÉ |

**Le fonds de dotation**

Créé en 2009, ce nouvel outil juridique à disposition des entreprises mécènes est une version allégée de la fondation, plus simple pour ce qui concerne les formalités, plus souple dans son fonctionnement, plus facilement accessible aux PME ou aux groupements de PME. Il permet de recevoir des dons pour les capitaliser et de réaliser, ou soutenir, une œuvre d'intérêt général. Les mécènes bénéficient d'avantages fiscaux : les legs et les dons consentis sont exonérés de droits de mutation. Par ailleurs, les particuliers bénéficient de la classique réduction d'impôt de 66 % et les entreprises de la réduction d'impôt sur la réduction d'impôt sur les sociétés de 60 %. En revanche, contrairement à ce qui se passe dans le cas d'une fondation, les dons ne permettent pas de bénéficier de la réduction sur l'ISF de 75 %. Dans la plupart des cas, les premiers fonds de dotation créés en France se sont dotés d'un capital philanthropique faible, voire nul. Leurs créateurs les conçoivent plutôt comme des outils pour lever des fonds au service d'une cause.

(Source : Aklea 2009)



**structa**  
Mobilier & Agencement

www.structa.fr

Imaginez...

...nous réalisons



Magasin de chaussures et maroquinerie à Montélimar

Structa, c'est aussi...l'agencement de magasins :  
habillages muraux, banques d'accueil, mobilier sur  
mesure...

ZAC Plaine de Clairac - Route de Montéleger D261 BP 70112 Beaumont les Valence - 26904 Valence cedex  
Tél. 04.75.78.44.44 Fax. 04.75.56.49.61

ALLIBERT MONTAGNES ET DÉSERTS | CHAPAREILLAN (ISÈRE)

# Génétiquement mécène

Allibert montagnes et déserts est spécialisé depuis 35 ans dans les voyages d'aventure. Un tour-opérateur différent, qui propose depuis ses débuts un tourisme responsable à ses clients. Et une entreprise qui a toujours mené des actions de solidarité dans les pays où elle organise des voyages. Depuis cinq ans, la société a structuré cette pratique au sein d'une association et la fait connaître. Une politique cohérente, en phase avec la sensibilité de la Pdg, Simone Allibert.

“Le tourisme responsable et durable ? Chez nous, c'est génétique. On a toujours fait ça !”. Depuis 1975, le tour-opérateur Allibert emmène les routards, les alpinistes et autres découvreurs aux quatre coins de la planète. Elle a fait longtemps du mécénat sans le dire, ni le formaliser. “Parce que, quand on voyage dans des pays où les besoins sont énormes, on

ne peut pas passer sans rien faire. Et quand on est sensible à l'environnement, on ne peut pas aller se promener dans la nature sans la respecter”, résume Simone Allibert. Puis, pour les 30 ans de l'agence, la chef d'entreprise a décidé de structurer ces actions. Et de les faire connaître, sans pour autant faire de tapage démesuré. Ainsi est née l'association Globe-Trekkers. “Nous ne nous prenons pas pour une ONG. Nous faisons de petites choses : construire un puits, une école, nettoyer un site, accorder un microcrédit... Mais de petites choses ajoutées, cela finit par faire une action”, affirme cette femme de terrain.

L'entreprise subventionne Globe Trekkers, incite ses clients à faire un petit geste. Elle fait aussi son bilan carbone, qu'elle compense en finançant via le Groupe énergies renouvelables environ-

nement et solidarité (Geres), la construction de bâtiments solaires passifs en Inde. Au total, elle met 30 000 € par an dans ces actions de mécénat. Une politique d'entreprise cohérente. “Nos clients sont sensibles à ces questions”, note Simone Allibert. L'agence va jusqu'à prendre en charge les frais de séjour supplémentaires des voyageurs qui acceptent de retrousser leurs manches pour donner un coup de main à un chantier ou nettoyer un site.

Cette politique, témoigne la patronne, est perçue comme “normale” par les employés, qui s'impliquent en externe, et sont formés en interne aux méthodes éco-responsables comme le tri des déchets et les économies de papier. C'est une culture partagée. Et l'on imagine que quand on a pour clients des voyageurs proches de la nature et citoyens du monde, c'est aussi un atout



Simone Allibert, Pdg d'Allibert montagnes et déserts. Photo Dani-le Boone

commercial. Cela dit, Simone Allibert n'a jamais raisonné a priori en termes d'avantages, ni de retombées positives pour l'entreprise. “Je ne sépare pas en moi le chef d'entreprise et la personne. La motivation, c'est ma sensibilité très forte sur ces questions”, confie-t-elle. Les retombées

sont là, quand même, du moins en termes d'image. Ne serait-ce qu'à travers le Trophée de “personnalité de l'année 2008” décerné à Simone Allibert par l'Association des journalistes de tourisme (AJT). Un signe de reconnaissance pour une action de mécénat au long cours.

## ALLIBERT MONTAGNES ET DÉSERTS EN BREF

Activité : tour-opérateur et voyageur spécialisé (randonnée, trekking, alpinisme)  
Date de création : 1975  
Implantation : Chapareillan (Isère)  
Chiffre d'affaires : 39 M€  
Effectifs : 90 salariés  
Résultat net : NC  
Répartition du capital : famille Allibert

IESA GROUP | VIENNE (ISÈRE)

# Le jazz, pour le prestige et le plaisir

Chérif Hadji, le co-fondateur d'Iesa group, une entreprise iséroise spécialisée dans l'ingénierie électrique, est membre du Club jazz entreprises, partenaire du festival Jazz à Vienne. Une passion dont il fait profiter ses clients et ses employés.



Chérif Hadji, le Pdg de Iesa group, une entreprise basée à Vienne en Isère.

Que faire quand on est un chef d'entreprise implanté à Vienne et que l'on veut se lancer dans le mécénat ? Pour Chérif Hadji, co-fondateur de Iesa group, la réponse coulait de source : intégrer le Club jazz entreprises, partenaire du festival Jazz à Vienne. D'abord, pour l'appartenance locale.

“Vienne est notre ville natale”, explique le chef d'entreprise, associé à son ex-copain de lycée à la tête de son entreprise d'ingénierie électrique. “Il y a une sorte d'osmose locale”, ajoute-t-il. L'autre motivation, c'est le prestige. “Que faire de mieux à Vienne que s'associer avec le festival ?”, interroge

Chérif Hadji. “Ici, chaque année, les plus grands noms se produisent. L'an dernier, nous avions Martial Solal, Gilberto Gil, Barbara Hendricks...”. Enfin, et peut-être surtout, il y a le plaisir. L'homme aime la musique, les musiques et la convivialité. Le jazz, symbole d'ouverture, lui va bien : ce jeune Pdg d'origine algérienne cultive les échanges, sans exclusive, avec des chefs d'entreprise de France et de Méditerranée.

“Nous sommes une vingtaine d'entreprises du coin, membres du Club jazz. Le ticket d'entrée est à 3 800 €, nous doublons la mise. Cela nous permet, pendant le festival, d'avoir un espace dédié sur le site pour recevoir nos clients, nous les invitons en places VIP, avec cocktail dînatoire. Ce sont des moments privilégiés. Le soir, nos clients arrivent dans le théâtre un quart

d'heure à peine avant le début du spectacle, les places sont réservées. Ce sont des avantages appréciables...”. Côté invitations, Iesa group met le paquet, en réservant plus de 500 places chaque été. Avec plusieurs spectacles au choix. Pour les clients, mais pas seulement. “Nous avons 38 salariés. Nous les invitons tous. Chacun a droit à deux places gratuites. Et pour ne pas les forcer à écouter du jazz, nous avons ouvert la proposition à toute la programmation du théâtre antique, très variée et tout aussi prestigieuse.” En sept ans de participation, l'entreprise n'a pas eu à regretter son engagement au sein du Club jazz. “L'impact est bénéfique pour la cohésion en interne. Cela nous permet aussi de rencontrer un peu les Viennois, de voir d'autres chefs d'entreprise de la région. Comme pour tous les réseaux, les retombées

sont difficiles à mesurer. D'ailleurs, on ne le fait pas pour bénéficier d'avantages économiques directs. C'est vraiment pour se faire plaisir”, précise le Pdg. La crise ? “Elle est là”, constate-t-il, “alors ce n'est surtout pas le moment d'arrêter”.

## IESA GROUP EN BREF

Activité : ingénierie électrique, bureau d'études automatismes et informatiques industriels  
Date de création : 1993  
Implantation : siège social à Vienne. 2 filiales : en Algérie, à Chypre  
Chiffre d'affaires : 3,2 M€ en 2009  
Effectifs : 38 salariés  
Résultat brut : 60 K€  
Répartition du capital : 80 % Chérif Hadji et Christian Rickenbach, 20 % répartis entre six cadres de la société

**RÉAL | PRINGY (HAUTE-SAVOIE)**

# De l'entreprise à la fondation

À la tête, pendant 43 ans, de la société de produits électriques et électroniques qui porte son nom, Christian Réal a créé en 2006 une fondation d'entreprise qui fait vivre une galerie d'art contemporain dans le vieil Annecy. Une manière de conjuguer sa fonction de chef d'entreprise et sa passion pour l'art. Et d'apporter un plus en termes d'image à sa société.

Le charme d'une cour Renaissance dans le vieil Annecy, une maison discrète joliment rénovée : la galerie Art sur cour fait vivre ici l'art contemporain. Elle accueille des artistes régionaux, peintres, sculpteurs et autres créateurs d'objets. Signe particulier : cette galerie d'art est portée par une fondation d'entreprise, la fondation Réal. Basée à Pringy, en Haute-Savoie, la société Réal s'est déve-

loppée dans le secteur des produits électriques et électroniques. D'abord affaire familiale, elle a changé d'échelle en s'associant au groupe international Sonepar et compte aujourd'hui 160 salariés.

L'idée d'une fondation a germé dans les années 90. À l'époque Christian Réal était Pdg de l'entreprise : "Nous avons fait le choix de l'art, par goût. Nous avons de nombreux amis artistes. Notre objectif à la base était d'aider les artistes à exposer, tout en dégagant un budget pour acheter des œuvres et nous doter d'une collection. Nous avons créé cette fondation et la galerie. Nous développons des expositions, et la collection se constitue peu à peu", explique Christian Réal, aujourd'hui président du conseil d'administration de la société Réal. "Nous travaillons avec des artistes de Savoie, de Lyon, de Genève. Ce sont des gens qui vivent de leur art. Nous les aidons à se faire con-

naître, à communiquer, à exposer". Et l'entreprise finance la fondation à 98 %.

La structure est légère. Ils sont deux à la faire tourner : une personne en charge de la galerie, et Christian Réal, lui-même passionné d'art. Son influence passe par un réseau d'artistes et d'amis, qui s'est étoffé avec les années. Le lien avec l'entreprise se fait naturellement, via le produit. "La société travaille notamment dans l'éclairage architectural, donc très souvent avec des artistes, pour la mise en lumière des œuvres", explique le fondateur. L'impact, constate-t-il, est réel en termes d'image. "Être mécène dans le domaine de l'art est bien perçu. La fondation et l'entreprise portent le même nom, cela crée une notoriété." Le bémol concerne les salariés, peu impliqués dans l'aventure. "On peut les comprendre, le contexte est difficile, ils se concentrent sur le travail qui est de plus en plus dur", constate



Christian Réal, dans la galerie annécienne Art sur cour que finance la fondation de son entreprise spécialisée dans les produits électriques et électroniques. Lydia Ostojic

Christian Réal, qui a passé la main au sein de l'entreprise à un directeur général. À la retraite depuis quatre ans, il a du temps à consacrer à la fondation, même s'il préside toujours le conseil d'administration de la société et s'occupe par ailleurs d'une holding spécialisée dans la gestion de participations. "Quand j'étais Pdg, j'étais très occupé, mais tout

aussi présent qu'aujourd'hui", note ce mécène très impliqué, dont la fondation devrait prendre plus d'importance dans les années à venir, puisque le projet, confie le fondateur, est d'ouvrir un lieu plus grand, sur environ 500 m<sup>2</sup>, où seraient présentées en parallèle la collection de la fondation et des expositions temporaires.

## LA SOCIÉTÉ RÉAL EN BREF

Activité : distribution de produits électriques et électroniques en milieu professionnel

Date de création : 1945

Implantation : Pringy, en Haute-Savoie

Chiffre d'affaires : 35 M€

Effectifs : 160 salariés

Résultat net : 1,4 M€

Répartition du capital : 50%

famille Réal, 50% groupe Sonepar

- cuisines
  - salles de bains
  - rangements
- conception & réalisation

# gbs

207, avenue de la République  
07500 GUILHERAND-GRANGES

(face au pont Mistral)

04 75 41 05 95

www.gbs.fr



De la conception à la réalisation, gbs s'engage dans son rôle de maître d'œuvre en pilotant la réalisation de votre projet cuisine et salles de bains.

# PME ET MÉCÉNAT | Le duo gagnant

73 % des mécènes sont des entreprises de 20 à 99 salariés. Les PME créent des fondations, s'investissent dans des clubs de partenaires ou des associations. Elles y gagnent en notoriété, en cohésion, en intégration dans le tissu local... Autant d'avantages qu'elles ont intérêt à renforcer en période de crise.

Par Carina ISTRÉ

Il y a des chiffres qui font mentir les idées reçues. Saviez-vous que plus de 30 000 entreprises mécènes en France sont des PME ? Les grandes entreprises ont certes investi depuis longtemps le terrain du mécénat, avec succès. Mais depuis quelques années, les PME entrent dans le jeu. Aujourd'hui, 73 % des mécènes sont des entreprises de 20 à 99 salariés. Le boom s'est engagé, avec un peu de retard, dans la lignée de la loi de 2003 instituant des formes juridiques plus souples et des avantages fiscaux pour les donateurs, particulièrement dans notre région classée deuxième après l'Ile-de-France à la fois pour le mécénat et le PIB. En 2006 déjà, le mécénat en Rhône-Alpes représentait 103 millions d'euros (sondage CSA-Admical). Ici comme ailleurs, la pratique a progressé depuis. Elle s'est démocratisée en prenant des formes nouvelles, fondations d'entreprises, clubs de partenaires, conventions avec des associations. Elle a investi en priorité le domaine des arts, la solidarité, la santé.

Une bonne affaire pour les mécènes ? "Là n'est pas le premier enjeu", répondent-ils en chœur. Le mécénat n'est pas le sponsoring. Il ne faut pas en attendre un impact direct proportionnel à l'investissement. Il s'agit d'abord, selon Jean-François Perrin, président de Benvenuto, club partenaire du Festival Berlioz à la Côte-Saint-André en Isère, où se côtoient la holding Hermès et une dizaine de PME, de "participer à la vie locale, favoriser l'accès à la culture tout en témoignant qu'une entreprise ne vit pas dans un univers clos". Les retombées ne se mesurent pas, mais elles sont perceptibles au quotidien. L'imprimerie iséroise des Deux-Ponts, à Bresson, intervient comme mécène du Centre



Contrairement aux idées reçues, plus de 30 000 entreprises mécènes en France sont des PME. Photo Anne-laure BISTON / DL

d'art Bastille (CAB) de Grenoble. "Nous soutenons le CAB depuis longtemps, mais aussi des pôles de création plus éloignés, comme Preljocaj à Aix-en-Provence. Nous considérons que notre ville et notre région doivent être attractives, pour nos clients qui sont parfois amenés à séjourner plusieurs jours ici, et pour nos employés", explique-t-on chez l'imprimeur. L'importance du lien local l'emporte souvent sur l'image. Ainsi pour la Banque de Savoie, mécène des Concours internationaux de musique de Val-d'Isère, entre autres actions qu'elle n'intègre pas dans sa politique de communication. Parfois même, ce sont les liens du cœur qui priment, comme pour Jean-Michel Karam, Pdg de Memscap à Crolles en Isère, fondateur de l'association Leyla du nom de sa mère victime d'une amylose.

"L'entreprise est l'un des donateurs de l'association, qui aide la recherche contre les maladies rares et orphelines. Nombre de mes relations la soutiennent. Il y a un impact positif sur la société, mais ce n'est pas le but premier", confie-t-il.

Il y a des cas où la passion rejoint la raison, comme celui de la fondation d'entreprise Blachère à Apt dans le Vaucluse. Cette société spécialisée dans les illuminations a créé en 2005 un espace d'art contemporain africain, à côté de ses locaux. Elle est également partenaire du musée des Confluences de Lyon pour le premier festival de Passages, consacré en juin 2010 au thème « Afriques et créations ». "Tout est

né de la seule passion d'un homme, Jean-Paul Blachère, le patron de la société, pour l'Afrique. Quand on a vu les visiteurs de la fondation s'intéresser de près à l'entreprise, on a compris que cela pouvait avoir des retombées économiques, témoigne l'adminis-

*"Une entreprise ne vit pas dans un univers clos"*

trateur Claude Agnel. Ce n'était pas du tout le but de la fondation au départ, mais aujourd'hui l'Afrique commence à éclairer ses villes, et étant donné les liens tissés entre elle et notre entreprise, elle est en train de devenir un marché pour la société Blachère. "

Implanté en Haute-savoie, Somfy, leader mondial des automatismes d'ouverture dans le bâtiment, se veut avant tout "entreprise ci-

toyenne", explique Jean-Michel Jaude, directeur de la communication. À son actif : une fondation pour mieux habiter la planète, le soutien aux architectes de l'urgence... et une politique culturelle élaborée en direct avec les municipalités dans ses trois communes d'implantation : Cluzes, Bonneville et Sallanche. Plus qu'une bonne affaire, le mécénat est une question d'identité, d'intégration dans un tissu local que les entreprises ont intérêt à booster. Ce qui explique que, selon les estimations CSA-Admical, elles n'aient pas remis en cause leurs choix et que, sur fond de crise, le budget global du mécénat se soit maintenu.

## EN CHIFFRES |

**2,5 milliards d'euros**

2,5 milliards d'euros ont été consacrés au mécénat en France en 2008. 63% de ce budget émane des entreprises de 200 salariés et plus. Si elles pèsent moins financièrement parlant, les PME ne sont pas absentes pour autant, puisque 73% des mécènes sont des entreprises de 20 à 99 salariés. Le secteur des services est le plus concerné. Il apporte à lui seul 64% du budget. Parmi les initiatives soutenues, 47% des entreprises concernées interviennent dans le domaine de la solidarité, soit 32% du budget global alloué au mécénat. 36% des entreprises s'investissent dans le domaine de la culture et apportent 39% du budget. La déduction fiscale n'est pas l'unique motivation puisque 54% seulement des entreprises mécènes déclarent en bénéficiaire. La région Rhône-Alpes, seconde région française sur le plan du PIB, est aussi la plus dynamique en matière de mécénat, après la région Ile-de-France.

(Source : Admical-CSA)

**3 QUESTIONS À | Bénédicte Menanteau**

Délégue générale de l'Association pour le développement du mécénat industriel et commercial (Admical), dont le rôle est de promouvoir le mécénat d'entreprise.



**Les PME estiment souvent que le mécénat n'est pas à leur portée. Que leur répondez-vous ?**

Le mécénat est vraiment à la portée de toutes les entreprises. D'ailleurs, beaucoup de PME font du mécénat sans le savoir. Le mécénat est le fruit de la rencontre entre une entreprise et un projet ou une cause portée par une association éligible au mécénat (c'est-à-dire qui présente un caractère d'intérêt général et n'exerce pas d'activité lucrative). L'entreprise décide de soutenir cette association en lui offrant une aide, même modeste : le mécénat n'est pas nécessairement un engagement financier très coûteux pour l'entreprise. D'autre part, c'est un acte libre, qui peut démarrer par un soutien ponctuel pour ensuite s'inscrire dans une démarche plus construite. Si la PME veut développer son action en suscitant l'intérêt de ses clients ou fournisseurs, en impliquant ses salariés,

les inviter à assister à un événement culturel ou à contribuer directement aux actions de mécénat, il faut alors que ce soit plus organisé.

**Y a-t-il des conditions spécifiques à créer pour franchir le pas ?**

Il faut avant tout que les entreprises soient accompagnées. Isolées, elles auront plus de mal à orienter leur projet, elles n'auront pas forcément toutes les compétences à leur disposition. Les moyens financiers ne sont généralement pas un obstacle, les interrogations des entreprises sont d'un autre ordre : comment soutenir une cause qui soit en adéquation avec l'entreprise, comment construire une bonne relation avec ce partenaire... Elles peuvent avoir recours à un organisme spécialisé ou se rapprocher d'autres PME pour créer un club d'entreprises qui permet de mutualiser les moyens et les compétences. La forme la plus aboutie est la fondation d'entreprise, qui contrairement aux idées reçues est accessible aux PME. Il faut y consacrer 150 000 € sur 5 ans, soit 30 000 € par an. La création d'une fondation relève d'une réflexion plus large sur l'engagement sociétal de l'entreprise.

Mais on peut très bien faire du mécénat sans créer de structure propre. Cela peut être aussi du mécénat de compétences : une entreprise peut mettre à disposition gracieusement son savoir-faire ou son matériel.

**Quelle utilité une PME peut-elle trouver à devenir mécène ?**

Autrefois considéré comme signe extérieur de richesse, le mécénat est aujourd'hui un signe extérieur de responsabilité. Il permet à l'entreprise de jouer un rôle citoyen dans sa communauté, et ainsi de valoriser l'image institutionnelle de l'entreprise et affirmer sa présence dans le tissu régional. Les PME ont souvent des difficultés à se construire une image car elles n'ont pas toujours les moyens de faire des plans de communication. Le mécénat leur permet de construire leur identité, de créer du lien avec les salariés, de développer des passerelles avec les acteurs du monde non marchand, les collectivités locales et les associations. Cette ouverture sur d'autres modèles permet d'introduire des valeurs qui ne sont pas présentes d'emblée dans une entreprise. Le mécénat permet également un partage d'expertise entre tous les acteurs qu'il implique.

## LA NOUVEAUTÉ |

**Le fonds de dotation**

Créé en 2009, ce nouvel outil juridique à disposition des entreprises mécènes est une version allégée de la fondation, plus simple pour ce qui concerne les formalités, plus souple dans son fonctionnement, plus facilement accessible aux PME ou aux groupements de PME. Il permet de recevoir des dons pour les capitaliser et de réaliser, ou soutenir, une œuvre d'intérêt général. Les mécènes bénéficient d'avantages fiscaux : les legs et les dons consentis sont exonérés de droits de mutation. Par ailleurs, les particuliers bénéficient de la classique réduction d'impôt de 66 % et les entreprises de la réduction d'impôt sur les sociétés de 60 %. En revanche, contrairement à ce qui se passe dans le cas d'une fondation, les dons ne permettent pas de bénéficier de la réduction sur l'ISF de 75 %. Dans la plupart des cas, les premiers fonds de dotation créés en France se sont dotés d'un capital philanthropique faible, voire nul. Leurs créateurs les conçoivent plutôt comme des outils pour lever des fonds au service d'une cause.

(Source : Aklea 2009)



**structa**  
Mobilier & Agencement

www.structa.fr

Imaginez...

...nous réalisons



Magasin de chaussures et maroquinerie à Montélimar

Structa, c'est aussi...l'agencement de magasins :  
habillages muraux, banques d'accueil, mobilier sur  
mesure...

ZAC Plaine de Clairac - Route de Montéleger D261 BP 70112 Beaumont les Valence - 26904 Valence cedex  
Tél. 04.75.78.44.44 Fax. 04.75.56.49.61



ALLIBERT MONTAGNES ET DÉSERTS | CHAPAREILLAN (ISÈRE)

# Génétiquement mécène

Allibert montagnes et déserts est spécialisé depuis 35 ans dans les voyages d'aventure. Un tour-opérateur différent, qui propose depuis ses débuts un tourisme responsable à ses clients. Et une entreprise qui a toujours mené des actions de solidarité dans les pays où elle organise des voyages. Depuis cinq ans, la société a structuré cette pratique au sein d'une association et la fait connaître. Une politique cohérente, en phase avec la sensibilité de la Pdg, Simone Allibert.

“Le tourisme responsable et durable ? Chez nous, c'est génétique. On a toujours fait ça !”. Depuis 1975, le tour-opérateur Allibert emmène les routards, les alpinistes et autres découvreurs aux quatre coins de la planète. Elle a fait longtemps du mécénat sans le dire, ni le formaliser. “Parce que, quand on voyage dans des pays où les besoins sont énormes, on

ne peut pas passer sans rien faire. Et quand on est sensible à l'environnement, on ne peut pas aller se promener dans la nature sans la respecter”, résume Simone Allibert. Puis, pour les 30 ans de l'agence, la chef d'entreprise a décidé de structurer ces actions. Et de les faire connaître, sans pour autant faire de tapage démesuré. Ainsi est née l'association Globe-Trekkers. “Nous ne nous prenons pas pour une ONG. Nous faisons de petites choses : construire un puits, une école, nettoyer un site, accorder un microcrédit... Mais de petites choses ajoutées, cela finit par faire une action”, affirme cette femme de terrain. L'entreprise subventionne Globe Trekkers, incite ses clients à faire un petit geste. Elle fait aussi son bilan carbone, qu'elle compense en finançant via le Groupe énergies renouvelables environ-

nement et solidarité (Geres), la construction de bâtiments solaires passifs en Inde. Au total, elle met 30 000 € par an dans ces actions de mécénat. Une politique d'entreprise cohérente. “Nos clients sont sensibles à ces questions”, note Simone Allibert. L'agence va jusqu'à prendre en charge les frais de séjour supplémentaires des voyageurs qui acceptent de retrousser leurs manches pour donner un coup de main à un chantier ou nettoyer un site. Cette politique, témoigne la patronne, est perçue comme “normale” par les employés, qui s'impliquent en externe, et sont formés en interne aux méthodes éco-responsables comme le tri des déchets et les économies de papier. C'est une culture partagée. Et l'on imagine que quand on a pour clients des voyageurs proches de la nature et citoyens du monde, c'est aussi un atout



Simone Allibert, Pdg d'Allibert montagnes et déserts. Photo Dani-le Boone

## ALLIBERT MONTAGNES ET DÉSERTS EN BREF

Activité : tour-opérateur et voyageur spécialisé (randonnée, trekking, alpinisme)  
Date de création : 1975  
Implantation : Chapareillan (Isère)  
Chiffre d'affaires : 39 M€  
Effectifs : 90 salariés  
Résultat net : NC  
Répartition du capital : famille Allibert

commercial. Cela dit, Simone Allibert n'a jamais raisonné a priori en termes d'avantages, ni de retombées positives pour l'entreprise. “Je ne sépare pas en moi le chef d'entreprise et la personne. La motivation, c'est ma sensibilité très forte sur ces questions”, confie-t-elle. Les retombées

sont là, quand même, du moins en termes d'image. Ne serait-ce qu'à travers le Trophée de “personnalité de l'année 2008” décerné à Simone Allibert par l'Association des journalistes de tourisme (AJT). Un signe de reconnaissance pour une action de mécénat au long cours.

IESA GROUP | VIENNE (ISÈRE)

# Le jazz, pour le prestige et le plaisir

Chérif Hadji, le co-fondateur d'Iesa group, une entreprise iséroise spécialisée dans l'ingénierie électrique, est membre du Club jazz entreprises, partenaire du festival Jazz à Vienne. Une passion dont il fait profiter ses clients et ses employés.



Chérif Hadji, le Pdg de Iesa group, une entreprise basée à Vienne en Isère.

Que faire quand on est un chef d'entreprise implanté à Vienne et que l'on veut se lancer dans le mécénat ? Pour Chérif Hadji, co-fondateur de Iesa group, la réponse coulait de source : intégrer le Club jazz entreprises, partenaire du festival Jazz à Vienne. D'abord, pour l'appartenance locale.

“Vienne est notre ville natale”, explique le chef d'entreprise, associé à son ex-copain de lycée à la tête de son entreprise d'ingénierie électrique. “Il y a une sorte d'osmose locale”, ajoute-t-il. L'autre motivation, c'est le prestige. “Que faire de mieux à Vienne que s'associer avec le festival ?”, interroge

Chérif Hadji. “Ici, chaque année, les plus grands noms se produisent. L'an dernier, nous avions Martial Solal, Gilberto Gil, Barbara Hendricks...”. Enfin, et peut-être surtout, il y a le plaisir. L'homme aime la musique, les musiques et la convivialité. Le jazz, symbole d'ouverture, lui va bien : ce jeune Pdg d'origine algérienne cultive les échanges, sans exclusive, avec des chefs d'entreprise de France et de Méditerranée. “Nous sommes une vingtaine d'entreprises du coin, membres du Club jazz. Le ticket d'entrée est à 3 800 €, nous doublons la mise. Cela nous permet, pendant le festival, d'avoir un espace dédié sur le site pour recevoir nos clients, nous les invitons en places VIP, avec cocktail dînatoire. Ce sont des moments privilégiés. Le soir, nos clients arrivent dans le théâtre un quart

d'heure à peine avant le début du spectacle, les places sont réservées. Ce sont des avantages appréciables...”. Côté invitations, Iesa group met le paquet, en réservant plus de 500 places chaque été. Avec plusieurs spectacles au choix. Pour les clients, mais pas seulement. “Nous avons 38 salariés. Nous les invitons tous. Chacun a droit à deux places gratuites. Et pour ne pas les forcer à écouter du jazz, nous avons ouvert la proposition à toute la programmation du théâtre antique, très variée et tout aussi prestigieuse.” En sept ans de participation, l'entreprise n'a pas eu à regretter son engagement au sein du Club jazz. “L'impact est bénéfique pour la cohésion en interne. Cela nous permet aussi de rencontrer un peu les Viennois, de voir d'autres chefs d'entreprise de la région. Comme pour tous les réseaux, les retombées

sont difficiles à mesurer. D'ailleurs, on ne le fait pas pour bénéficier d'avantages économiques directs. C'est vraiment pour se faire plaisir”, précise le Pdg. La crise ? “Elle est là”, constate-t-il, “alors ce n'est surtout pas le moment d'arrêter”.

## IESA GROUP EN BREF

Activité : ingénierie électrique, bureau d'études automatismes et informatiques industriels  
Date de création : 1993  
Implantation : siège social à Vienne. 2 filiales : en Algérie, à Chypre  
Chiffre d'affaires : 3,2 M€ en 2009  
Effectifs : 38 salariés  
Résultat brut : 60 K€  
Répartition du capital : 80 % Chérif Hadji et Christian Rickenbach, 20 % répartis entre six cadres de la société

**RÉAL | PRINGY (HAUTE-SAVOIE)**

# De l'entreprise à la fondation

À la tête, pendant 43 ans, de la société de produits électriques et électroniques qui porte son nom, Christian Réal a créé en 2006 une fondation d'entreprise qui fait vivre une galerie d'art contemporain dans le vieil Annecy. Une manière de conjuguer sa fonction de chef d'entreprise et sa passion pour l'art. Et d'apporter un plus en termes d'image à sa société.

Le charme d'une cour Renaissance dans le vieil Annecy, une maison discrète joliment rénovée : la galerie Art sur cour fait vivre ici l'art contemporain. Elle accueille des artistes régionaux, peintres, sculpteurs et autres créateurs d'objets. Signe particulier : cette galerie d'art est portée par une fondation d'entreprise, la fondation Réal. Basée à Pringy, en Haute-Savoie, la société Réal s'est déve-

loppée dans le secteur des produits électriques et électroniques. D'abord affaire familiale, elle a changé d'échelle en s'associant au groupe international Sonepar et compte aujourd'hui 160 salariés.

L'idée d'une fondation a germé dans les années 90. À l'époque Christian Réal était Pdg de l'entreprise : "Nous avons fait le choix de l'art, par goût. Nous avons de nombreux amis artistes. Notre objectif à la base était d'aider les artistes à exposer, tout en dégagant un budget pour acheter des œuvres et nous doter d'une collection. Nous avons créé cette fondation et la galerie. Nous développons des expositions, et la collection se constitue peu à peu", explique Christian Réal, aujourd'hui président du conseil d'administration de la société Réal. "Nous travaillons avec des artistes de Savoie, de Lyon, de Genève. Ce sont des gens qui vivent de leur art. Nous les aidons à se faire con-

naître, à communiquer, à exposer". Et l'entreprise finance la fondation à 98 %.

La structure est légère. Ils sont deux à la faire tourner : une personne en charge de la galerie, et Christian Réal, lui-même passionné d'art. Son influence passe par un réseau d'artistes et d'amis, qui s'est étoffé avec les années. Le lien avec l'entreprise se fait naturellement, via le produit. "La société travaille notamment dans l'éclairage architectural, donc très souvent avec des artistes, pour la mise en lumière des œuvres", explique le fondateur. L'impact, constate-t-il, est réel en termes d'image. "Être mécène dans le domaine de l'art est bien perçu. La fondation et l'entreprise portent le même nom, cela crée une notoriété." Le bémol concerne les salariés, peu impliqués dans l'aventure. "On peut les comprendre, le contexte est difficile, ils se concentrent sur le travail qui est de plus en plus dur", constate



Christian Réal, dans la galerie annécienne Art sur cour que finance la fondation de son entreprise spécialisée dans les produits électriques et électroniques. Lydia Ostojic

Christian Réal, qui a passé la main au sein de l'entreprise à un directeur général. À la retraite depuis quatre ans, il a du temps à consacrer à la fondation, même s'il préside toujours le conseil d'administration de la société et s'occupe par ailleurs d'une holding spécialisée dans la gestion de participations. "Quand j'étais Pdg, j'étais très occupé, mais tout

aussi présent qu'aujourd'hui", note ce mécène très impliqué, dont la fondation devrait prendre plus d'importance dans les années à venir, puisque le projet, confie le fondateur, est d'ouvrir un lieu plus grand, sur environ 500 m<sup>2</sup>, où seraient présentées en parallèle la collection de la fondation et des expositions temporaires.

## LA SOCIÉTÉ RÉAL EN BREF

Activité : distribution de produits électriques et électroniques en milieu professionnel

Date de création : 1945

Implantation : Pringy, en Haute-Savoie

Chiffre d'affaires : 35 M€

Effectifs : 160 salariés

Résultat net : 1,4 M€

Répartition du capital : 50%

famille Réal, 50% groupe Sonepar

- cuisines
  - salles de bains
  - rangements
- conception & réalisation

# gbs

207, avenue de la République  
07500 GUILHERAND-GRANGES

(face au pont Mistral)

04 75 41 05 95

www.gbs.fr



De la conception à la réalisation, gbs s'engage dans son rôle de maître d'œuvre en pilotant la réalisation de votre projet cuisine et salles de bains.