

market

LE MEDIA SUISSE DES HIGH NET WORTH INDIVIDUALS

M&G
INVESTMENTS

PATRIMOINE(S)
IMMOBILIER :
TENDANCES 2018

AUTOMOBILE
UN AVENIR
ÉLECTRISANT

FISCALITÉ(S)
LES ATOUS DU
PORTUGAL

INDEX
MÉCÉNAT :
8 ACTEURS
D'INFLUENCE

INVITÉE
ANNE SOUTHAM
AULAS

INVESTIR
LE SECTEUR
BIOTECH

DOSSIER

INVESTIR DANS L'ART CONTEMPORAIN



15 CHF



MÉCÉNAT :

8 ACTEURS D'INFLUENCE

Propos recueillis par AMANDINE SASSO



Elena Budnikova

« Mécène » vient de Maecenas ou Mécène, nom d'un ministre d'Auguste, protecteur des arts et des lettres, qui est devenu par la suite un nom commun.

Dans ce 27^e *market index influence*, nous avons rencontré différents acteurs actifs dans le mécénat. Par-delà les divergences de points de vue, chacun a trouvé nécessaire de pouvoir bien

s'entendre sur le sens véritable de la vocation de « mécène ». En effet, par « mécénat », il faut d'abord entendre « soutien matériel », apporté par une entreprise ou un particulier à une action ou une activité d'intérêt général, sans garantie de réciprocité. Tous s'accordent à dire qu'ils aspirent à un but commun : permettre à des projets fédérateurs de voir le jour.

Gabriele Burn

Membre de la direction de Raiffeisen Suisse

Au sein de la direction de Raiffeisen Suisse depuis 2008, Gabriele Burn a aujourd'hui la responsabilité des sièges régionaux de Lausanne et Bellinzone, ainsi que des succursales de Bâle, Berne, Saint-Gall, Thalwil, Winterthour et Zürich. Entre 2011 et 2015, elle était à la tête du Département marketing et communication. Et avant de rejoindre la direction du troisième groupe bancaire helvétique, son parcours a été jalonné de plusieurs titres et formations des hautes écoles en Suisse, lui permettant de gravir les échelons de l'apprentissage bancaire jusqu'à des postes à responsabilité dans différents établissements régionaux. Très attachée à l'engagement social et communautaire de Raiffeisen, qui fait véritablement partie de l'ADN du groupe bancaire, Gabriele Burn en partage profondément les valeurs de base. Elle incarne même l'une d'elles, la durabilité, en assurant depuis dix ans la présidence de la Fondation suisse pour le climat. Depuis 2008, la Fondation a ainsi soutenu plus de 1400 PME dans leurs efforts de réduction de leur consommation d'énergie ou de transition aux énergies renouvelables. Raiffeisen apporte donc un soin tout particulier à son rayonnement bénéfique pour la société à différents niveaux, et cela notamment par une stratégie marketing claire. «L'idée de s'associer pour atteindre un objectif commun, de manière démocratique et sous forme de coopérative, est bien connue : en effet Raiffeisen applique cette philosophie depuis 1898 et se concentre en particulier sur une économie durable. Les valeurs profondément ancrées dans l'ADN de l'entreprise – à savoir la crédibilité, la durabilité, la proximité et l'esprit d'entreprise – constituent par là même le fondement des activités telles que le sponsoring, le marketing sociétaire ou l'attribution de subventions.

Les différents engagements de sponsoring nationaux s'inscrivent donc dans une logique commerciale, de prestation et de contre-prestation, mais aussi dans une philosophie d'encouragement et de développement. Ainsi, notre engagement dans le cadre de la Super League, et de tous les clubs de football y participant, est associé à différentes mesures de promotion, dont celle de la relève sportive, avec plus de 80 Raiffeisen Football Camps dans toutes les régions de Suisse. Par ailleurs, notre banque s'engage auprès des Special Olympics pour encourager l'activité physique des personnes souffrant d'un handicap mental en passant par la coopération avec Radio Blind Power, afin que les personnes non voyantes puissent,



elles aussi, s'enthousiasmer en suivant un match de foot à la radio. À noter également l'engagement de Raiffeisen dans les sports de neige, auprès de Swiss Ski, où Raiffeisen a élaboré un modèle similaire. Elle soutient des sportifs de très haut niveau de l'équipe nationale de ski suisse et de brillants athlètes individuels comme Beat Feuz, de même que toutes les associations régionales de ski ainsi qu'un grand nombre de clubs de ski locaux.

Elle a donc mis en place un programme, entièrement consacré à la promotion durable de la relève du ski suisse, et récolté plus de 1,5 million de francs, au cours des sept dernières années, par la seule vente de bonnets pour les fans, au profit de la relève suisse. Cette vente permet au ski de rester le sport national à l'avenir également. Et n'oublions pas l'engagement culturel, profondément inscrit, lui aussi, dans l'esprit de promotion, et marqué par le partenariat avec le Passeport Musées Suisses. Les sociétaires Raiffeisen soutiennent ainsi directement les quelque 500 musées partout en Suisse. Ils profitent également de billets à prix réduit pour les meilleurs concerts, événements et matchs de foot. Nous nous engageons ainsi en faveur de la diversité culturelle, sportive et sociale – au niveau local, régional et national. Et de nombreuses banques Raiffeisen parrainent déjà des associations et des projets locaux, depuis de nombreuses années.

Enfin, nous misons aussi sur le *crowdfunding*, afin de promouvoir activement l'esprit de coopérative – promouvoir l'esprit d'initiative – y compris à l'époque de la digitalisation, et mettons donc une plateforme gratuite, *beroslocaux.ch*, à la disposition des nombreuses associations et organisations à but non lucratif. Cela leur donne ainsi la possibilité de financer leurs projets par le public (*crowd*) – famille, amis, sociétaires ou autres personnes intéressées. Cette plateforme a donc permis à plus de 200 projets de voir le jour, et d'investir plus de 2 millions de francs suisses au profit de l'intérêt public. Des projets très divers – de la construction d'installations en passant par l'achat de matériel sportif, jusqu'à la réalisation de camps d'entraînement et l'achat de nouveaux instruments pour des groupes de musique – ont pu être financés sans aucun frais pour les initiateurs ou les parrains. Donc en sa qualité de premier groupe bancaire *retail*, et troisième groupe bancaire de Suisse, Raiffeisen ouvre ainsi la voie pour des projets locaux durables.» \