

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.

José Caneda

CEO de Mazars SA

Parlant sept langues, José Caneda a acquis une expertise particulière dans le conseil financier, qu'il exerce avec passion dans des stratégies de succession ou de transmission d'entreprises, d'optimisation d'organisations ou d'*outsourcing*. Les secteurs économiques qu'il affectionne particulièrement sont l'industrie, la distribution, la construction et l'immobilier, et le management ! Son expérience de 25 ans dans diverses entreprises lui a permis de comprendre que la seule ressource essentielle d'une organisation, ce sont les femmes et les hommes qui la composent. Expert diplômé en finance et *controlling*, titulaire d'un brevet fédéral de spécialiste en finance et comptabilité, il aime le monde du conseil et de la stratégie opérationnelle.



« C'est par définition le rôle d'un " *challenger* " que d'exercer une forte influence sur son marché, en opérant des ruptures essentielles et en recherchant des opportunités nouvelles, que les leaders ne peuvent négliger. Le *challenger*, disposant de moins de moyens que ses concurrents, est stimulé à montrer plus de souplesse et s'exerce à une constante inventivité, une plus grande élégance (le moins d'énergie possible pour le meilleur résultat). On peut observer que très souvent, ce sont les *challengers* qui inventent l'avenir. C'est notre ferme résolution, tous ensemble au sein de Mazars Suisse, d'inventer notre futur !

Mazars Suisse est un partenariat d'associés. Cette organisation flexible favorise la collaboration positive d'une très grande diversité de personnes, réunies par une solide vision stratégique et une même volonté de bien servir ses clients. Cette diversité, très suisse en fait, nous permet de ne jamais nous considérer comme installés. Elle stimule notre énergie entrepreneuriale et préserve l'agilité de notre modèle d'affaire unique. Intégrés et indépendants – contrairement à nos concurrents – nous ne constituons ni un réseau ni une association. Nous sommes un *partnership* international. Nous agissons au sein d'équipes soudées et cohérentes, ignorant les frontières géographiques et respectant les différences culturelles. Depuis notre fondation, nous restons principalement attachés à préserver l'aspect humain dans les relations que nous avons. Cette dimension humaine authentique, ce *management* résolument non-toxique, est unique dans le monde de l'audit et des fiduciaires.

Tout naturellement, nous avons placé nos activités de *sponsoring* dans l'esprit de nos partenariats collaboratifs. Nos collaborateurs se fédèrent eux-mêmes – librement – autour des projets choisis comme par exemple le Téléthon, dont nous sommes partenaires depuis des années. À Genève et à Lausanne, ils se sont mobilisés pour vendre des peluches, le week-end précédent le Téléthon, pour collecter des dons, pendant leur temps de travail ! Notre

contribution est aussi institutionnelle : nous fournissons à nos partenaires des services gratuits (en comptabilité ou conseils fiscaux), ce qui nous rapproche humainement des organisations que nous avons choisi de soutenir. L'échange direct, entre nos collaborateurs et les responsables de ces organisations est très positif et donne du sens à notre travail. L'exemplarité est ici essentielle ! Tous savent que je m'engage personnellement auprès d'associations, notamment le Chalet du cœur, lors de dîners de soutien, en me mettant aux fourneaux, pour le bien de tous ! Nous choisissons également avec soin des partenariats en ayant à cœur de partager des valeurs. Très actifs dans le secteur de l'horlogerie, il nous est tout naturel d'être partenaire de la Fondation gérant le Grand prix d'horlogerie de Genève. L'excellence, la passion, la transmission du savoir, la créativité et l'esprit entrepreneurial sont des valeurs que nous partageons. Nous sommes très heureux de promouvoir ainsi le Grand Prix et l'horlogerie suisse dans le monde entier, en nous appuyant notamment sur nos collègues, dans 86 pays.

Cette question essentielle de différence entre *sponsoring* et mécénat est sans doute liée à l'éventuelle obtention d'une contrepartie, ce qui est exclu dans le cadre du mécénat. Je suis très attentif à ce que toutes nos activités de partenariat valorisent l'image de notre entreprise, mais bien plus encore, contribuent positivement à notre monde immédiat, pour l'améliorer sans cesse, avec une générosité authentique. Je ne crois pas que le sponsoring puisse avoir une influence négative, du moins je ne le permettrais pas chez Mazars Suisse. Cette volonté de pouvoir, comme cette relation toxique de dominance, est en train de disparaître ! Les jeunes gens, brillants et positifs, que j'observe dans nos équipes sont tous mobilisés par le fait de contribuer positivement à leur environnement, humain, social, culturel, artistique ou sportif, autant qu'économique. C'est merveilleux de pouvoir observer et vivre cette transformation ! » \