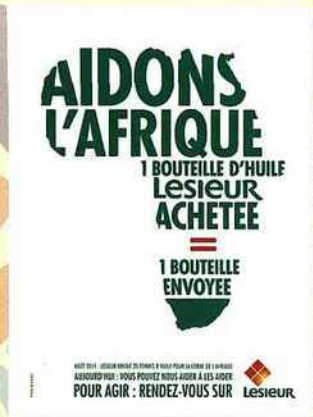




DAMIEN GROSSET



## La solidarité s'exporte à l'étranger

● Peu d'entreprises mènent des actions solidaires au-delà de l'Hexagone. Selon les chiffres de l'enquête Admical-CSA, seules 19 % d'entre elles pratiquent des actions de mécénat en faveur de la solidarité internationale. C'est le cas de Lesieur. En septembre dernier, la marque a participé à l'aide collective de la France aux habitants de la Corne de l'Afrique et a fait don de 20 tonnes d'huile. Mieux encore, pour l'occasion, elle a monté l'opération "Aidons la Corne de l'Afrique", qui consistait à envoyer une bouteille d'huile aux habitants de cette région pour toute bouteille achetée en France. Une opération menée à grand renfort de communication, avec une campagne déclinée en télévision, presse, radio, bannières web, affichages et actions en point de vente.

## La distribution installe de la solidarité dans ses rayons

● Circular France, spécialisée dans l'animation commerciale et la vente-conseil, lance, ces 2 et 3 décembre, la 23<sup>e</sup> édition du **Téléthon** en hypermarchés, l'une des plus grandes opérations promotionnelles caritatives en hypermarchés en Europe. Ici, sept groupes industriels (Mars, Danone, Groupe Aoste, Orangina-Schweppes, Johnson & Johnson, Cémoi et Unilever) et deux nouveaux, Cémoi et Unilever) participent à cette opération avec 17 de leurs marques. Le principe : collecter des dons pour la recherche génétique et l'action de l'AFM (Association française pour les myopathes) dans les 300 magasins participants.



## Le sport véhicule ses valeurs de solidarité



● Selon les résultats de l'enquête Admical-CSA, si les entreprises soutiennent en priorité le social, l'éducation et la santé (58 %), le sport suit de près (48 %). D'où vient ce succès ? « *Le sport est un vecteur d'engagement, une déclinaison du mécénat d'entreprise dans les domaines éducatifs ou médicaux, explique Bénédicte Ménanteau, déléguée générale d'Admical. Et il apparaît comme un moyen d'action privilégié auprès des jeunes ou des handicapés.* » Dernier exemple en date, la Braderie du sport, organisée par l'association 1 Maillot pour la Vie. Le concept : plusieurs marques (Lafuma, Airwalk, Arena) vendent leurs articles de sports au rabais. Au final, les fonds collectés doivent aider les enfants malades de tous les hôpitaux pédiatriques de France.