



Marketing : 5 raisons pour les marques de devenir mécènes

publié le 17/06/2015 - mis à jour le 18/06/2015

Descriptif :

Un article sur le site marketing-pgc

Altruisme stratégique, le soutien d'une bonne cause est bon pour le receveur comme pour le parrain. Le bénéficiaire, en échange de quelques compensations acceptera volontiers d'offrir une petite compensation ou simplement signera le reçu fiscal qui fera profiter au donateur d'un avantage financier. Qu'il s'agisse d'une entreprise ou d'un particulier d'ailleurs. Voici les **5 raisons** qui pourraient expliquer pourquoi les entreprises font des dons et convaincre celles qui ne le font pas encore.

- Se donner bonne conscience,
- Associer sa marque avec une activité qui colle à l'image que l'on veut se donner,
- Booster ses ventes,
- S'offrir de la visibilité,
- Bénéficier d'une remise d'impôt.



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.