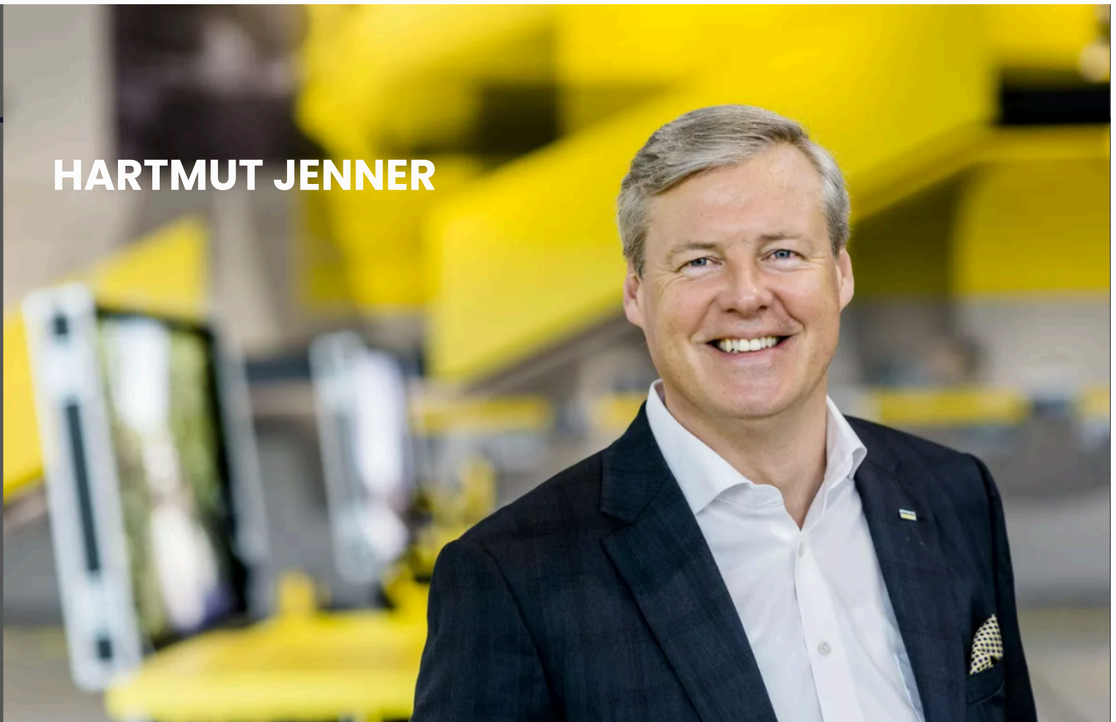
KÄRCHER

MÉCÉNAT & SPONSORING

Louis Lefebvre - Arthur Rochemont - 3com2



KÄRCHER

Fondée en 1935 à Stuttgart par Alfred Kärcher, l'entreprise de nettoyage s'est rapidement imposée comme un acteur incontournable de l'innovation technique dans ce domaine. **En 1950, Kärcher révolutionne l'industrie en développant le premier nettoyeur haute pression à eau chaude** en Europe. Depuis, la marque a su s'adapter aux **besoins des particuliers comme des professionnels,** offrant une gamme variée de produits reconnus pour leur efficacité et leur durabilité.

Elle est présente dans plus de **80 pays.**

Les engagements de Kärcher repose sur
3 valeurs fondamentales :

Performance, Innovation, Durabilité

Mécénat

Le mécénat culturel

Depuis plus de 40 ans, la préservation des patrimoines culturels est certainement le domaine dans lequel l'entreprise est la plus investie. Kärcher semble avoir fait du mécénat culturel le fer de lance de sa politique d'engagement.

En tant que leader des solutions de nettoyage, son mécénat repose sur son expertise, ses larges moyens matériels et sa capactié de déploiement à l'international.

La marque met à disposition

- Ses technologies
- Son savoir-faire
- Ses équipes

Mécénat en nature
Mécénat de compétences
Mécénat technologique

Objectifs

- Préserver des lieux de patrimoine
- Démontrer l'efficacité de ses solutions de nettoyage sur des surfaces délicates
- Renforcement du rayonnement et la reconnaissance international de la marque

Où Kärcher mène-t-elle ses actions de mécénat culturel ?

“Depuis 1980, plus de 191 monuments ont été restaurés dans le monde entier.”

Kärcher et ses différentes succursales s’investissent dans **des projets à travers le monde entier,** en nettoyant et restaurant des monuments et sites historiques **sur tous les continents.**

L’entreprise entend ainsi contribuer à la préservation et à la mise en valeur de **lieux emblématiques à forte valeur patrimoniale et culturelle** pour les régions et pays qui les abritent, mais mais parfois aussi pour l’humanité dans son ensemble.

Comment Kärcher est-elle parvenu à développé son mécénat culturel ?

Des collaborations étroites avec les institutions

Kärcher a pu mener à bien ces nombreuses restaurations après avoir tissé **des liens solides avec des institutions culturelles, publiques et privées**, gestionnaires de patrimoine.

L'entreprise a pu signer **des conventions de mécénat** avec des organismes reconnus comme l'UNESCO, ministère de la Culture français, ou les Beaux-Arts de Paris ...

Une expertise technique et écologique

De plus, Kärcher collabore avec des experts pour adapter ses technologies au **respect des monuments et de l'environnement** :

- Solutions de nettoyage non abrasives et à faible impact chimique pour préserver les matériaux.
- Techniques réduisant la consommation d'eau pour préserver les ressources naturelles.

Cette approche renforce la légitimité de Kärcher auprès des acteurs du patrimoine.

Comment Kärcher communique-t-elle sur ses actions ?

Une communication de marque discrète

- **Des moyens de communication sobres et mesurées** :
  Kärcher met en avant son mécénat via des publications en ligne et des communiqués de presse, sans rechercher une large médiatisation.

- **Présence cependant très visible sur le terrain** :
  banderoles, échafaudages et matériel aux couleurs de la marque marquent les chantiers, mais l'impact reste limité à la zone d'intervention.

Une communication indirecte

Ce sont souvent **les institutions bénéficiaires qui médiatisent ces actions**, mettant en avant le rôle de Kärcher dans leurs publications et événements.

Cette visibilité indirecte permet à la marque de conserver une image d'entreprise engagée, sans donner l'impression d'exploiter ces restaurations à des fins purement commerciales.

Quelle visibilité Kärcher tire-t-elle de ses actions ?

Un impact visuel immédiat et durable

L’ atout majeur du mécénat culturel de Kärcher est que les résultats sont visibles immédiatement, contrairement à d’autres formes de mécénat :

- **L’avant/après des monuments restaurés est frappant et suscite naturellement l’intérêt du public et des médias.**

- **Ces restaurations perdurent dans le temps, assurant une visibilité à long terme pour la marque**, qui reste associée à ces lieux emblématiques même des années après l’intervention.

Kärcher bénéficie ainsi d’un rayonnement puissant et durable, qui met à la fois e avant son engagement pour le patrimoine et l’efficacité de ses solutions de nettoyage.

Le barrage de Vouglans et Port de Sète

Vers un mécénat artistique ...

DAKAR
KÄRCHER
makes a difference
OFFICIAL SUPPLIER
KÄRCHER
304
ATP
KÄRCHER
makes a difference
KÄRCHER
wohninvest
ANDRÄ
SAP
H. Moser & Cie.
KÄRCHER

Sponsoring

Le sponsoring représente une autre facette de l’engagement externe de Kärcher.

L’entreprise mise sur **les événements sportifs** à différente échelle pour accroître sa visibilité et renforcer son image de marque.

Les bénéfices recherchés du sponsoring

- Renforcement de la notoriété et de l’image
- Différenciation concurrentielle
- Retour sur investissement

Quand et où Kärcher fait-elle du sponsoring sportif ?

Contrairement au mécénat, qui s'inscrit dans une démarche globale avec une présence accrue sur tous les continents et de manière régulière, **le sponsoring sportif chez Kärcher est plus sporadique dans seulement quelques pays et disciplines spécifiques.**

Ce n'est pas une stratégie omniprésente, comme on peut l'observer chez certaines grandes marques qui sponsorisent massivement divers sports à l'échelle mondiale.

Quelques exemples d’événements sponsorisés

KÄRCHER | Rio2016

CIC
SWISS BIKE CUP

Quel forme prend concrètement le sponsoring de Kärcher ?

Le soutien de Kärcher en tant que sponsor se traduit par un **apport financier et/ou par un soutien matériel spécifique.**

L'entreprise cible particulièrement des **disciplines extrêmes, comme les sports mécaniques, connus pour être salissants**. Kärcher met alors à disposition son expertise en nettoyage haute performance pour assurer **l'entretien des véhicules, des infrastructures et des zones de compétition.**

Cela lui permet de faire du **marketing par la preuve** en prouvant l'efficacité tout-terrain de ses produits tout en apportant **une aide essentielle aux organisateurs et participants.**

Quels bénéfices en tire l’entreprise ?

- **Visibilité accrue :** Présence du logo sur les véhicules, équipements et infrastructures des événements sponsorisés, et apparition dans leur communication.

- **Preuve par l’usage :** Démonstration de l’efficacité des produits Kärcher, renforçant leur crédibilité auprès des public professionnels mais aussi particuliers.

- **Association à des valeurs fortes :** Endurance, performance, innovation, en robustess, en lien avec les sports mécaniques et extrêmes.

- **Différenciation concurrentielle :** Confirmation du statut de leader du nettoyage professionnel.

- **Nouvelles opportunités commerciales :** Création de liens avec des professionnels, organisateurs et partenaires du secteur sportif.

KÄRCHER

MERCI