

"Un sacré vecteur de communication" : pourquoi l'entreprise du Loiret Burban Palettes choisit le sponsoring

Le sponsoring représente 0,5 % du chiffre d'affaires de Burban Palettes, entreprise spécialisée dans la collecte, le tri et la réparation de palettes usagées, siégeant à Ormes. Son fondateur et dirigeant, Didier Burban, explique pourquoi il fait ce choix.



Didier Burban, fondateur et dirigeant de Burban Palettes, est un passionné de rugby. © Anne-Laure Le Jan

Quand, pourquoi et comment l'entreprise Burban Palettes a-t-elle commencé le sponsoring ?

"L'entreprise existe depuis 35 ans mais les dix, quinze premières années, on n'a pas été fervent de sponsoring. Ça a été un effet de rencontre avec des présidents de clubs.

Ça a débuté avec l'OLB (Orléans Loiret Basket) il y a environ vingt ans. J'avais été invité à des matchs au palais des sports et j'avais aimé cette convivialité, ce rassemblement de sponsors de niveaux et métiers différents. Il y avait aussi un aspect relations publiques avec des institutionnels, des mairies, qui m'avait plu. Alors, quand le président de l'OLB de l'époque m'a proposé de sponsoriser le club, j'ai accepté.

Quand on met un pied dedans, on a du mal à arrêter. On a continué avec l'USO (US Orléans Loiret Football) puis le RCO (Rugby Club Orléans). J'ai rencontré deux autres familles. Pour Les Septors (club de handball, à Saran), j'ai été coopté par son président de l'époque, Emmanuel Vasseneix (dirigeant de La Laiterie-de-Saint-Denis-de-l'Hôtel), il y a une dizaine d'années. Je l'ai aidé à trouver de nouveaux partenaires."

0vYbALP7FeyxIhEWB48mbweHqBc7atb0xJT_9xqY71azolPzdMuOfyXzIBL5dMUYchIKTw_gEDJHaM6ibAPy-xTYkr9PQgJovC0WLnZ5ZmFk

Depuis, vous êtes même devenu actionnaire des Septors. Pourquoi ?

"Bruno Bordier (président des Septors, par ailleurs dirigeant du groupe Adwork's) avait le projet de créer une SASP (Société anonyme sportive professionnelle) pour changer les statuts du club, le faire monter en puissance, aller chercher de nouveaux sponsors et gagner des matches. Pour ça, il avait besoin d'actionnaires.

Je fais partie de la bande de copains et je ne pouvais pas refuser. On ne s'est pas lancé dans l'aventure pour gagner de l'argent mais par compassion et amitié. En espérant qu'un jour, peut-être, ce club devienne très fort."

Quels sont les bénéfices du sponsoring pour Burban Palettes ?

"Le sponsoring est un sacré vecteur de communication. Le point crucial, c'est de pouvoir inviter nos clients et nos fournisseurs. On les voit dans un autre contexte, amical, détendu. On ne parle pas forcément de boulot, plutôt de résultats sportifs ou d'autres choses. Ça crée une émulsion entre clients et fournisseurs, ça fédère la relation commerciale. Sans compter que chaque partenaire amène ses clients, qui peuvent être intéressés par nos services.

"C'est une chaîne de valeurs et de rencontres. Mais on ne cherche pas absolument à faire des affaires. On aime la convivialité. Et quand l'un de nos clients, qui adore le rugby, le basket ou le hand, ne nous parle même plus parce qu'il est dans son match, c'est une confiance gagnée, ça nous fait plaisir."

Il y a aussi les échanges avec les institutionnels, les mairies, à qui on fait découvrir notre métier. Le sponsoring apporte aussi de la visibilité. Les spectateurs voient notre logo. Dans le Loiret, on commence à être connu. Mais on sponsorise aussi des clubs dans d'autres régions où le groupe est implanté.

Quant aux salariés, ils sont fiers et contents de pouvoir assister aux matches. Quelques collaborateurs sont devenus copains avec des joueurs ou des dirigeants de clubs. Il y a une espèce d'osmose entre un club sportif et une entreprise. Si on a une bonne équipe, un bon dirigeant et un bon jeu, ça fonctionne bien."

Quel budget Burban Palettes consacre-t-elle au sponsoring ?

"Un budget raisonné et raisonnable : de 300.000 à 350.000 € par an. Ça représente environ 0,5 % du chiffre d'affaires de l'entreprise. Bien évidemment, en vingt ans, les budgets ont fortement évolué.

Pour l'OLB, on est à 30.000 € par an ; pour le RCO, 25.000-30.000 € ; pour les Septors, environ 70.000 € avec des soirées qui viennent s'ajouter. Par exemple, le showcase de Claudio Capéo, le 13 février (après le troisième match à CO'Met de la saison, contre Frontignan). On va louer les loges, on invite 150 personnes."

Comment choisissez-vous les associations que Burban Palettes sponsorise ?

"L'argent ne pousse pas sur les arbres. Il faut quand même qu'il y ait un retour sur investissement. Parfois, en revanche, on ne le recherche pas. On le fait pour le mec qui a monté tel ou tel événement. Je pense à l'Open Paratennis du Loiret et Stéphane Goudou (le directeur du tournoi).

C'est un garçon que je suis depuis 20 ans. L'année dernière, il est venu me voir en me disant " la conjoncture est difficile, j'ai perdu deux de mes plus gros sponsors, peux-tu m'aider ?" Je l'ai fait pour ces athlètes un peu

0vY1oALP7FeyxIhEwB48mbweHqBc7ab0xJT_9xqY71azoiPzdMuOfyXzIBL5dMUyChIKTw_gEDJHaM6bAPy-xTYK9PQgiovCOWLhZ5ZmFk

surhumains et pour lui".

Cet article est à retrouver dans notre cahier Entreprendre, sur le thème du sponsoring, qui paraîtra jeudi 12 février dans La République du Centre, L'Écho républicain et Le Berry républicain.

0vYbALP7FeyxIhEwB48mbweHqBc7ab0xJT_9xqY71azolPzdMuOfyxzBL5dMUYcHIKTw_gEDJHaM6bAPy-xTYkr9PQgjoC0WUhz5ZmFk