

Sootenir : quand votre fidélité se transforme en dons à des associations

Lauréats de la région Nord-Ouest du MaddyTour 2024, Maddyness a rencontré Antoine Coudert, co-fondateur de Sootenir, une startup qui révolutionne le mécénat d'entreprises : elles peuvent désormais distribuer des jetons (tokens) à leurs clients pour qu'ils puissent les redistribuer aux associations de leur choix.

Temps de lecture : minute

16 septembre 2024

À 30 ans, ce père de quatre enfants a quitté Paris pour s'installer en Touraine, emportant avec lui une décennie d'expérience dans la promotion immobilière. Membre actif de Digital Loire Valley (FrenchTech Val de Loire), Antoine Coudert a co-fondé plusieurs associations : une d'anciens élèves, un réseau d'entrepreneurs, ou encore un tiers-lieu, foyer d'étudiants externalisé. "À chaque fois que j'ai lancé un projet associatif, la question du budget a été primordiale. Pour qu'une asso existe, il faut un projet, les premiers bénévoles et des ressources financières. On a souvent les deux premiers, rarement le troisième !"

Pérenniser le système de dons aux associations.

La pérennisation du système de dons est vitale pour les associations, leur offrant la stabilité financière nécessaire à la continuité de leurs actions quotidiennes. Contrairement aux levées de fonds ponctuelles aux résultats imprévisibles, les dons réguliers permettent une planification à

long terme des activités, le maintien des infrastructures et la rémunération du personnel. Cette stabilité financière est cruciale car elle permet aux associations de se concentrer sur leur mission principale, plutôt que de consacrer une part disproportionnée de leur temps et de leurs ressources à la recherche constante de financements. Le CESE évoque la « gestionnarisation » des associations du fait de la baisse des subventions publiques (-41% entre 2005 et 2020).

Selon une étude du CESE sur l'évolution des modèles de financement des associations, 91% rapportent des difficultés liées au temps nécessaire pour rechercher des financements. Cette stabilité leur permet également d'investir dans des projets à long terme et d'améliorer la qualité de leurs services.

Les entreprises souhaitent dire ce qu'elles font et faire ce qu'elles disent.

Le mécénat des entreprises en France représente 3,6 milliards d'euros par an, 89 % des entreprises mécènes souhaitent contribuer à l'intérêt général et être solidaires par leurs actions; mais paradoxalement 84% des Français sont incapables de citer spontanément une entreprise engagée. Il y a donc un réel souci d'efficacité pour les entreprises mécènes : même si les montants sont généreux, elles n'arrivent pas à partager leurs engagements, leur donner la bonne visibilité en toute transparence. Trop souvent la chasse gardée du département ESG, les mécénats sont rapportés de façon liminaire dans les rapports annuels mais il est très difficile pour les entreprises d'embarquer leurs clients, prestataires et

collaborateurs sur les causes qu'elles défendent.

71% des clients français se déclarent plus fidèles aux marques qui partagent leurs valeurs selon une étude OpinionWay pour Salesforce et les Echos (2021). Ce chiffre souligne l'importance croissante de l'alignement entre les valeurs des consommateurs et celles des entreprises-marques qu'ils choisissent. Dans un contexte où les consommateurs sont de plus en plus conscients et exigeants en matière de responsabilité sociale et environnementale, les entreprises ont tout intérêt à afficher clairement leurs engagements et à les traduire en actions concrètes. Cette fidélité basée sur les valeurs va au-delà de la simple satisfaction produit, créant un lien émotionnel plus profond et durable entre le consommateur et la marque. Pour les entreprises, cela implique non seulement de communiquer sur leurs valeurs, mais aussi de les intégrer authentiquement dans leurs opérations quotidiennes.

Sootenir, quand acheter devient un acte solidaire

La raison d'être de Sootenir est de répondre à ces trois défis : pérenniser les dons aux associations, permettre aux entreprises d'engager leurs clients à travers les dons et aux clients de ces enseignes de choisir quelles associations ils soutiennent. "Sootenir est donc une solution SaaS pour permettre à des entreprises de mettre en place des programmes de mécénat participatif d'une manière innovante. Notre approche s'apparente à une campagne marketing classique : à chaque achat, les clients accumulent des points appelés 'Soos', similaires à des points de fidélité. Ensuite, ils peuvent choisir à quelle association l'entreprise fera un don parmi celles présentées sur notre plateforme. Toute association peut proposer son projet, sous réserve de respecter notre charte qui garantit une bonne réputation, une gestion financière saine, et un intérêt général ou une utilité publique. Notre philosophie est d'être agnostiques

quant aux choix d'associations : nous donnons autant de visibilité aux petits projets locaux qu'aux grandes causes nationales” partage [Antoine Coudert](#). L'objectif est de créer un pont entre les entreprises qui souhaitent avoir un impact positif et les associations qui ont besoin de financement, tout en impliquant activement les consommateurs et les collaborateurs dans cette démarche solidaire.

Sootenir un partenaire de confiance pour transformer les achats en dons

Sootenir se positionne comme un partenaire de confiance pour les entreprises et les associations. L'application s'intègre de manière sécurisée aux systèmes CRM des commerçants via une API, générant des tokens appelés “Soos” qui sont enregistrés sur la blockchain. Cette technologie garantit une traçabilité totale et une sécurité optimale des transactions. Grâce à ce système, 100% des dons émis sont reversés aux associations, sans aucune commission. Le modèle économique de Sootenir repose sur des frais facturés aux entreprises pour la gestion de l'ensemble du processus, assurant ainsi transparence et efficacité dans la redistribution des fonds.

La révolution du mécénat est en marche

Après avoir conduit son étude de faisabilité, Sootenir s'apprête à franchir une étape avec le lancement de la version 1 de son application omnicanale cet automne. Des programmes tests sont déjà en cours et plusieurs pilotes sont à l'étude dans des enseignes de la grande distribution alimentaire, une caisse régionale d'assurance pour leurs clients, au sein d'un cabinet de conseil en stratégie ainsi que d'un groupe de conseil en ingénierie pour leurs collaborateurs. Mais la plateforme intéresse également des entreprises individuelles, un avocat par exemple qui propose 50€ de dons pour chaque nouveau client, etc. [Sootenir](#) porte

l'ambition d'un million d'euros de dons redistribués d'ici fin 2025 et d'atteindre le point de rentabilité de sa solution à mi-2025. Cette approche novatrice du mécénat participatif pourrait bien révolutionner la façon dont les entreprises et leurs clients s'engagent pour des causes d'intérêt général.

Le MaddyTour s'est associé avec Salesforce, le réseau des CCI France et Bpifrance, pour mettre en lumière les TPE/PME/ETI qui portent des projets à impact économique, sociétal, environnemental et/ou culturel dans leur territoire d'implantation.

[Découvrez la carte interactive](#)



À lire aussi

ABILIZ : rendre le leasing accessible aux particuliers en fauteuil roulant

Article écrit par Maddyness