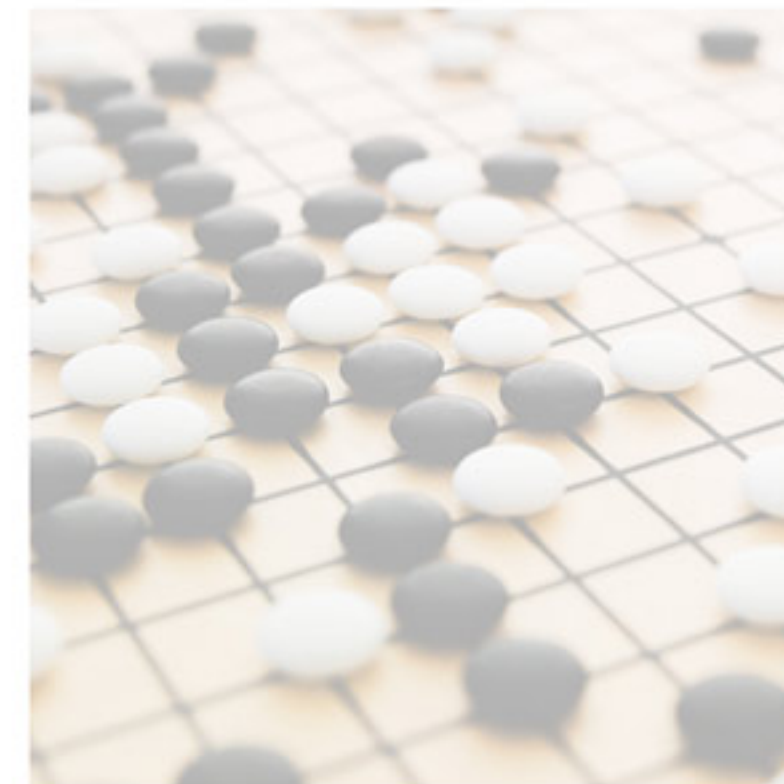
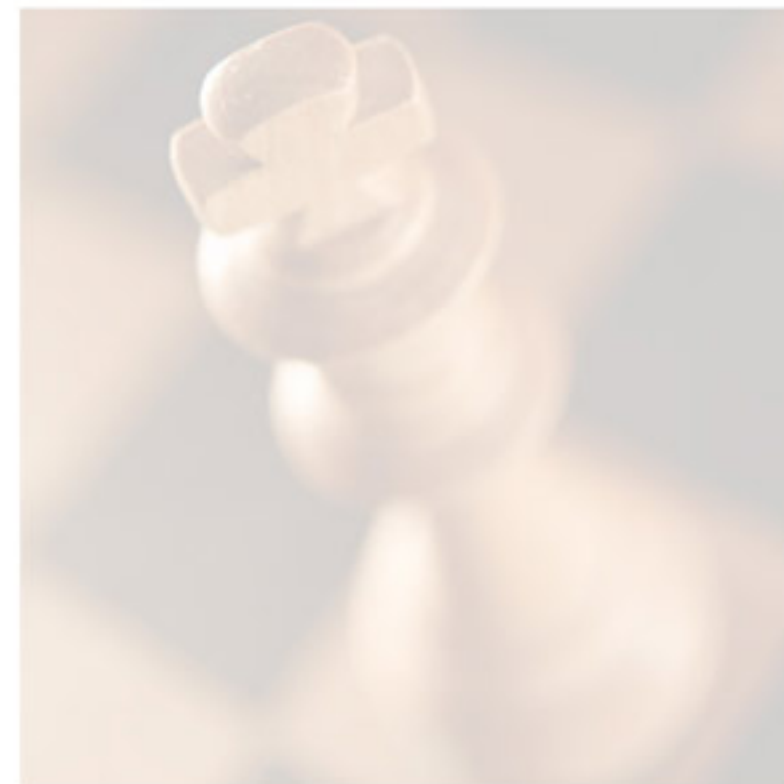




**CNJ**

CENTRE NATIONAL DU JEU  
BOULOGNE-BILLANCOURT

# DEVENIR PARTENAIRE DU CNJ : UN ACCÈS LUDIQUE VERS LA CULTURE





# SOMMAIRE



<b>1. LE JEU, UN VECTEUR D'ÉCHANGE</b>	<b>P.3</b>
<b>2. LE CNJ, UNE HISTOIRE ANCRÉE DANS LE JEU</b>	<b>P.4</b>
<b>3. LES VALEURS DU CNJ</b>	<b>P.5</b>
<b>4. PASSÉ, PRÉSENT ET FUTUR : LE JEU CONJUGUÉ À TOUS LES TEMPS</b>	<b>P.6</b>
<b>5. PUBLICS VISÉS</b>	<b>P.7</b>
<b>6. SOUTENIR LE CNJ : LES ENJEUX POUR L'ENTREPRISE</b>	<b>P.8</b>
<b>7. LE MÉCÉNAT EN PRATIQUE</b>	<b>P.10</b>



# LE JEU, UN VECTEUR D'ÉCHANGE



Go, Bridge, Scrabble, Jeux d'échecs, de société, de rôle ou de figurines... Le jeu se décline sous mille et une formes.

Le jeu est un formidable instrument de rapprochement entre les générations, de promotion de la mixité sociale et de développement de l'esprit d'équipe. Il est vecteur de partage et sa pratique resserre les liens en offrant un moment de détente convivial.

Accessible à tous, il offre un espace de liberté et d'expression. En faisant appel à la réflexion, l'observation, la communication, la mémoire ou l'adresse, le jeu éveille les esprits et stimule la créativité et la curiosité.

Dans notre société moderne où l'individualisme est une réelle problématique, le jeu est un outil qui privilégie l'interaction. La coopération, le dépassement de soi et le respect de l'autre sont autant de valeurs intrinsèques au jeu.

Autour d'un jeu, chacun est acteur de sa partie. Les sessions de jeu peuvent être sans cesse rejouées, mais leur déroulement offre une multitude de variations, rendant chaque partie unique : les expériences humaines vécues par les joueurs sont infinies.

Le CNJ a pour vocation de sensibiliser tous les publics au jeu sous tous ses aspects : comme objet culturel, social et éducatif, et comme lien entre les individus.



# LE CNJ, UNE HISTOIRE ANCRÉE DANS LE JEU



**1977**

Le premier Concours International de Créateurs de Jeux de Société de Boulogne-Billancourt voit le jour

**1979**

Une grande exposition interactive sur l'univers des jeux de société est organisée dans le nouveau Centre Culturel de Boulogne-Billancourt

**1980**

Suite au succès de l'exposition, la ludothèque de Boulogne-Billancourt est créée

**1990**

La ludothèque devient association loi 1901

**1998**

L'association reçoit l'agrément Jeunesse et Education Populaire

**2007**

Grâce au mécénat et à une subvention du Conseil Général des Hauts de Seine, la ludothèque acquiert une importante collection de jeux américains

**2008**

Pour répondre à la diversification de ses activités, la ludothèque devient le Centre National du Jeu

**2012**

Le Centre National du Jeu inaugure ses nouveaux locaux entièrement dédiés à la découverte et à la pratique des jeux

# LES VALEURS DU CNJ



**L'ÉCHANGE ET LE PARTAGE**

**LA CRÉATION DE LIENS ENTRE LES PERSONNES**

**LE RESPECT**

**L'OUVERTURE D'ESPRIT**

**LA CONVIVIALITÉ**

**L'ESPRIT D'ÉQUIPE**

**LA CRÉATIVITÉ**



# PASSÉ, PRÉSENT ET FUTUR : LE JEU CONJUGUÉ À TOUS LES TEMPS



## LE CONSERVATOIRE, LE JEU EN TANT QUE PATRIMOINE CULTUREL

L'univers des jeux est, tout comme la littérature, la peinture ou le cinéma, le reflet d'une culture et d'une époque.

Le Conservatoire du CNJ a pour mission le référencement, la restauration et la transmission de l'héritage culturel ludique.

Avec plus de 12 000 jeux de 1840 à nos jours, il abrite l'une des plus importantes collections de jeux au monde, et a pour volonté de faire découvrir au public la dimension sociétale et historique du jeu.

## LE TREMLIN, UNE PLATE-FORME DE FORMATION ET DE CRÉATION

Articulé autour du Concours International de Créateurs de Jeux de Société de Boulogne-Billancourt et d'aides créatives et logistiques aux auteurs de jeux de demain, le Tremplin du CNJ a pour vocation de favoriser l'innovation et la créativité dans le milieu du jeu.

Le Tremplin est de ce fait un créateur de lien entre l'auteur, les milieux professionnels et les joueurs.

Par ailleurs, le CNJ, fort de son expérience ludique, encadre de nombreuses formations autour des métiers de l'animation et du jeu, avec toujours cette même optique d'aider les futurs professionnels tout au long de leur parcours, et d'intégrer le jeu comme élément dynamisant au sein du monde de l'entreprise.

## LA LUDOTHÈQUE, UN LIEU DE RENCONTRE ET DE VIE

Ouverte 7 jours sur 7, avec en moyenne 1 600 visites hebdomadaires, la Ludothèque du CNJ est un espace accessible et convivial dédié aux pratiques ludiques dans toute leur diversité.

Le grand public, les enfants et les familles y disposent d'un lieu de rencontre permanent, autour de la découverte de jeux.

Le CNJ organise de nombreux événements pour proposer un contenu riche et sans cesse renouvelé au public, par le biais de tournois, de soirées spéciales et de manifestations régulières.

Par ailleurs, la Ludothèque s'investit dans un travail de proximité avec les entreprises, les associations, les institutions, les écoles, les clubs seniors et les médiathèques, afin de stimuler les tissus d'activité et dynamiser la vie de quartier.

## L'OBSERVATOIRE, UNE FENÊTRE OUVERTE SUR LE JEU

Ces trois pôles se voient conjugués au sein de l'Observatoire du CNJ. Il a pour but d'analyser et d'élaborer un panorama exhaustif du secteur du jeu : profils des acteurs, données économiques, sociologie de l'univers ludique... L'Observatoire a pour objectifs d'étudier l'histoire du jeu, de dresser, notamment au travers d'études de marché, le bilan de ses dynamiques actuelles, et d'anticiper ses évolutions à venir.

Pour les entreprises, l'Observatoire est un important atout, car il permet d'étudier le comportement et les habitudes des joueurs, dans une société de plus en plus tournée vers les pratiques ludiques.



# LES PUBLICS TOUCHÉS



*Le Centre National du Jeu accueille et collabore avec une grande diversité de publics :*

## LES PARTICULIERS

- Enfants non encore scolarisés
- Enfants après l'école
- Adolescents
- Jeunes actifs, adultes
- Seniors
- Famille

## LE CORPS ENSEIGNANT ET LES ÉLÈVES

- Maternelles, primaires
- Collèges, lycées et écoles spécialisées
- Universités
- Centres de formation professionnelle

## LES PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE DU JEU

- Créateurs
- Editeurs, fabricants, distributeurs
- Ludothèques
- Collectionneurs
- Médias (grand public et spécialisés)

## LES PROFESSIONNELS DE L'ANIMATION

- Centres de loisirs
- Structures spécialisées dans l'encadrement de groupes d'enfants ou d'adultes, valides ou handicapés



# SOUTENIR LE CNJ : LES ENJEUX POUR L'ENTREPRISE

## FOCUS

### UN CONTENU RESERVE AUX EDITIONS DE JEUX

Le CNJ propose aux éditeurs de jeux de société des contreparties répondant spécifiquement à leurs besoins et leurs problématiques.

Se positionnant en tant qu'intervenant indépendant, le CNJ, par le biais de son Observatoire, mettra à disposition de ses entreprises partenaires des études, sociologiques et de marché, afin de leur apporter une meilleure visibilité sur leur secteur d'activité.

Par ailleurs, le CNJ propose aux entreprises du monde du jeu un pack éditeurs spécialement calibré autour de la création d'un jeu, de la conception des règles à la promotion du produit.

#### Pack éditeurs :

- Playtesting de jeux
- Aide au développement de jeux
- Formations en animation, au métier de formateur...
- Promotion d'un jeu
- Mise à disposition et explications de jeux privilégiés
- Mise à disposition des ressources du conservatoire pour consultation et analyse de mécanismes et de matériels de jeux

*Le CNJ a pour volonté de favoriser la mutualisation des expériences, des ressources et des moyens afin d'élaborer des collaborations réciproquement enrichissantes. L'association a la possibilité, dans le cadre d'un partenariat, de créer des contenus modulables (dans leur nature et leur durée) spécialement conçus pour votre entreprise, afin de vous apporter des contreparties en réel accord avec votre identité et votre image de marque.*

Quelques exemples de contreparties :

### ■ ACCENTUER LA NOTORIÉTÉ DE VOTRE ENTREPRISE

Le CNJ bénéficie de la fréquentation d'un public varié, et en termes de communication et de retombées médiatiques, d'un impact important tant sur le plan local, régional, national qu'international.

### ■ AU COEUR DE L'ÉVÉNEMENTIEL LUDIQUE

En devenant partenaire du CNJ, votre entreprise bénéficie d'une ouverture vers la culture par le biais d'un vecteur original et participatif :

- Contribution à des événements de relations publiques avec vos clients, collaborateurs et fournisseurs
- Invitations aux manifestations organisées par le CNJ
- Prêt de matériel ludique (jeux, jouets, etc.)
- Expositions en lien avec vos valeurs et vos problématiques (avec mise à disposition de panneaux, vitrines, etc.)
- Tarifs préférentiels d'accès à la Ludothèque du CNJ

### ■ COMMUNIQUER À TRAVERS LE JEU

Le CNJ vous propose, autour de mécaniques de jeu accessibles, son expertise ludique pour l'intégration du jeu dans les contenus pédagogiques de votre entreprise :

- Animation de jeux sur les événements auxquels participent votre entreprise (autour de thèmes spécifiques ou non : développement durable, mobilité, éveil au goût, etc.)
- Aide à la création de jeux d'entreprise (serious games)



# SOUTENIR LE CNJ : LES ENJEUX POUR L'ENTREPRISE

## FOCUS

### UN CONTENU RESERVE AUX MUSEES, UNIVERSITES ET LABORATOIRES DE RECHERCHE

Les jeux sont aussi le reflet de la société dans laquelle ils ont été créés. Le CNJ met à disposition des musées partenaires un large éventail de jeux ancrés dans différentes cultures et époques, afin de compléter leurs expositions au travers d'objets ludiques et interactifs.

Le CNJ propose aussi aux universités et laboratoires de recherche en sciences sociales, sciences humaines ou sciences économiques de disposer, en consultation, des ressources offertes par le CNJ.

## ■ DEVELOPPER LA COHESION D'EQUIPE ET LES LIENS AVEC VOS COLLABORATEURS

Vous associer au CNJ représente une occasion unique de créer un lien privilégié au sein de vos équipes, de même qu'entre votre entreprise et vos clients, fournisseurs et collaborateurs. Les activités proposées par le CNJ permettent, en développant votre image de marque, de fédérer les énergies, de créer de nouvelles dynamiques et de valoriser le sentiment d'appartenance de vos employés à l'entreprise, et de votre entreprise au territoire.

- Développement de la cohésion d'équipe lors de vos déjeuners d'équipe, de vos séminaires ou d'afterworks ludiques, au travers de jeux de société coopératifs ou d'ambiance
- Aide à l'intégration du jeu dans vos opérations de team building

## ■ PARTICIPER AUX DIFFERENTES OPERATIONS DE COMMUNICATION

L'entreprise partenaire peut être associée à nos campagnes de communication :

- Visibilité : logos d'entreprises sur nos documents de communication [affiches, programmes, plaquettes, flyers...], dans les locaux du CNJ, bannière sur le site Internet...
- Association à nos opérations de relations presse : invitation et prise de parole lors de conférences, mention dans les communiqués et les dossiers de presse...
- Cadeaux d'entreprise (lots de jeux)



# LE MÉCÉNAT EN PRATIQUE

**UNE RÉDUCTION D'IMPÔT  
DE 60 % DU MONTANT VERSÉ\***



La Loi n° 2003 – 1311 du 1<sup>er</sup> août 2003 relative au mécénat permet aux entreprises qui souhaitent soutenir un événement culturel ou un organisme d'intérêt général de bénéficier d'avantages fiscaux conséquents. Elle donne la possibilité, dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires hors taxes de l'exercice considéré, d'obtenir une réduction d'impôt de 60 % du montant versé.

En complément, l'entreprise peut déduire l'excédent des versements liés au mécénat de son impôt au titre des cinq exercices suivants, en respectant le plafond à chaque exercice.

Ainsi, pour un don en mécénat de 10 000 euros, l'entreprise bénéficie d'une réduction d'impôt de 6 000 euros. Son apport en mécénat ne constitue au final qu'une charge de 4 000 euros.

L'entreprise-mécène associée au CNJ peut bénéficier par ailleurs de contreparties dans la limite de 25% du montant total du don.

#### **Tous les détails sur :**

- [www.culture.gouv.fr/culture/actualites/politique/mecenat/reflexions.htm](http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/politique/mecenat/reflexions.htm)
- [www.mecenat.culture.gouv.fr](http://www.mecenat.culture.gouv.fr)
- [www.admical.org](http://www.admical.org)



# LE MÉCÉNAT EN PRATIQUE

UNE RÉDUCTION D'IMPÔT  
DE 60 % DU MONTANT VERSÉ\*



*Plusieurs types de partenariats sont envisageables :*

## ■ PARTENAIRE MAJEUR / EXCLUSIF

Votre entreprise a la possibilité de prendre en charge la totalité ou un montant conséquent du budget de fonctionnement non subventionné de la structure. Votre société sera alors invitée à participer aux décisions stratégiques et logistiques concernant le CNJ, ainsi qu'aux réunions de travail.

## ■ PARTENAIRE STRUCTUREL

Votre entreprise peut venir en aide au CNJ dans sa vocation globale : la promotion du jeu en tant que vecteur de partage et d'objet patrimonial et culturel. Dans ce cadre, vous aurez la possibilité de soutenir l'association dans le temps, et de participer à ses évolutions présentes et futures.

## ■ PARTENAIRE PONCTUEL / DE PROJET

Chaque saison, la programmation du CNJ met en avant deux cycles de 6 mois autour de thématiques universelles ou ancrées dans l'air du temps. Cet agenda est complété chaque mois par un événementiel dédié au jeu sous l'un de ses aspects. Vous avez la possibilité de nous soutenir dans le cadre de l'organisation de ces manifestations, selon votre proximité avec les thèmes abordés. Par ailleurs, il vous est aussi possible d'aider le CNJ à travers l'un de ses pôles en particulier : la Ludothèque, le Conservatoire, le Tremplin ou l'Observatoire.

## ■ PARTENAIRE EN SERVICE / NATURE

Différentes collaborations non financières avec votre entreprise sont également envisageables, par la mise à disposition :

- de matériel : fournitures, meubles, bureautique, documentations, audiovisuel/multimédia, scénographie, véhicules et transports logistiques...
- de locaux : bureaux, espace de stockage, prêt de salle pour des événements...
- de personnel et de compétences : animation, formation, site Internet, organisation, traduction, communication...
- de services : assurance, catering, impressions...

## ■ PARRAINAGE / SPONSORING

En dehors de toute action de mécénat, il est aussi envisageable pour le CNJ de développer avec vous des opérations de parrainage (ou sponsoring) pour adapter notre collaboration au plus près de vos exigences de communication.

\*DANS LA LIMITE DE 5/1000 DU CHIFFRE D'AFFAIRES HT DE L'ENTREPRISE



# INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

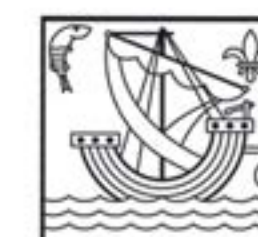


## CENTRE NATIONAL DU JEU

Association loi 1901 à but non lucratif,  
subventionnée par la ville de Boulogne-Billancourt

N° Siret : 404 429 565 00017

Code APE : 9499z



VILLE DE  
BOULOGNE-  
BILLANCOURT

- **Organisme de formation déclaré sous le numéro :** 11 92 17556 92
- **Agrément jeunesse et éducation populaire :** 92/JEP/083
- **Agrément « association éducative complémentaire de l'enseignement public »**  
par le rectorat de l'académie de Versailles
- **Organisme d'intérêt général** (direction des services fiscaux des Hauts-de-Seine)

## CONTACTS

**Centre National du Jeu**

Centre Georges-Gorse

22, rue de la Belle-Feuille – 92100 Boulogne-Billancourt

01 55 18 45 49

**Marine Granger**

Direction, mécénat et partenariat

01 55 18 45 49

[marine.granger@cnjeu.fr](mailto:marine.granger@cnjeu.fr)

**Yoshiaki Mimura**

Communication, mécénat et partenariat

01 55 18 52 09

[yoshiaki.mimura@cnjeu.fr](mailto:yoshiaki.mimura@cnjeu.fr)

[www.cnjeu.fr](http://www.cnjeu.fr)

