

FINANCE ÉTHIQUE

Donner c'est choisir!

«Il ne suffit pas de distribuer de l'argent pour être utile, encore faut-il le faire à bon escient» rappelle un entrepreneur engagé dans la philanthropie.

Nous vivons dans un monde de plus en plus interconnecté. La philanthropie n'échappe pas à cette règle. Elle vise, en effet, à tisser des passerelles entre les enjeux de société existant et les sources de financement présentes, deux éléments qui ont évolué au cours de ces dernières années.

Du côté des philanthropes tout d'abord, les montants octroyés pour des projets par les grands donateurs ont continué d'augmenter malgré la crise économique. Une étude récente réalisée par la Banque JP Morgan auprès de 85 de ses clients High Net Worth Individuals (HNWI) démontre que 78% d'entre eux donnent régulièrement, dont 45% qui évaluent leur donation entre 5 à 10% de leur fortune. Ces chiffres appuient la conclusion de l'étude menée par Scorpio Partnership et initiée notamment par wise – conseillers en philanthropie en 2008. A savoir que six sur dix conseillers financiers ou patrimoniaux pensaient alors que la philanthropie deviendrait un enjeu clé de leur offre avant 2013. La philanthropie est par ailleurs multiple et revêt plusieurs visages, dont notamment la lutte contre la pauvreté. Malgré une évolution positive du taux d'extrême pauvreté qui a été réduit de moitié (de 52 à 26% de la population mondiale entre 1981 et 2008), il n'en demeure pas moins qu'il reste aujourd'hui 1,4 milliard de personnes vivant avec moins de 1,20 dollar US par jour. En

outre, une personne sur six n'a pas accès à l'eau potable, un milliard sont analphabètes dont deux tiers sont des femmes, et une personne sur trois n'a pas accès aux soins médicaux.

Tendances actuelles

Les nouvelles tendances dans la manière de donner s'accompagnent d'un changement dans les attentes des philanthropes. Alors que le ratio entre les fortunes créées et les fortunes héritées c'est récemment inversé, nous observons un implication personnelle plus forte des philanthropes, ainsi qu'une attention accrue portée sur l'impact de leur engagement. «Trouver l'équilibre entre le cœur et la raison est un défi perpétuel» résume parfaitement les nouvelles préoccupations des philanthropes. Les donateurs prennent conscience que générosité doit également rimer avec opportunités et résultats. Ils ne veulent plus soutenir un problème, mais financer des solutions en se donnant les moyens de mieux comprendre les enjeux et de garantir l'impact de leurs dons. Les organisa-

tions sur le terrain deviennent ainsi de vrais partenaires, avec lesquels l'on construit des projets prenant en compte les attentes des donateurs.

Si la philanthropie est plurielle dans la manière de s'engager, nous observons également qu'en Europe la philanthropie devient de plus en plus souvent une affaire familiale. Le fait d'associer toute une famille dans un projet philanthropique permet non seulement de renforcer des liens entre ses membres, mais aussi à chacun de se positionner et de comprendre les enjeux de la société nous entourant.

Donner en famille

Le projet devient, dès lors, une aventure familiale qui donne un autre sens à un patrimoine. Pour les familles d'entrepreneurs, dont la plupart sont amenées à réfléchir aux dynamiques de succession, la notion intergénérationnelle est très importante. La philanthropie offre une plate-forme neutre qui permet d'impliquer la nouvelle génération, tout en abordant de nombreux thèmes liés au patrimoine fami-

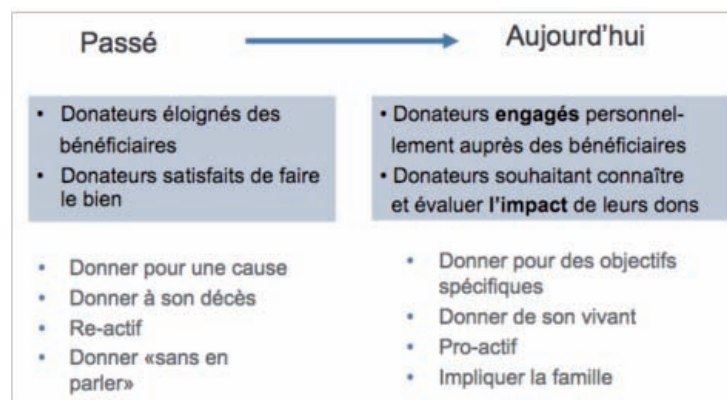


JESSIE
JOHNSON

Key Client Manager, wise –
conseillers en philanthropie

@ jessie@wise.net

EMERGENCE D'UN NOUVEAU STYLE





lial. Par ce biais, la philanthropie peut devenir l'expression naturelle des valeurs de la famille.

Un père de famille, ayant impliqué ses trois enfants âgés entre quinze et vingt-trois ans dans un projet philanthropique, disait récemment: «Cette initiative est une manière de les inciter à passer du temps ensemble, pour apprendre à mieux se connaître malgré leur éloignement géographique. C'est, à mon avis, essentiel pour qu'ils restent soudés. Je crois que cette démarche aurait aussi un intérêt si elle permettait, à terme, de les initier à la gestion de l'argent.»

S'appuyer sur des professionnels

Le nombre d'organisations sociales n'a cessé d'augmenter ces dernières années. A titre d'exemples, le Brésil compte aujourd'hui plus de 400'000 organisations sociales et en Angleterre le nombre de «charities» s'élève autour de 175'000, reflétant le dynamisme de la société civile. Dans ce contexte, il est difficile pour les donateurs de choisir les organisations faisant un travail de qualité et répondant à leurs attentes. Ils se trouvent confrontés à des questions de fond du type comment choisir, quels sont les bons critères, quelle

stratégie de collaboration sélectionner pour obtenir des résultats dans les meilleures conditions?, etc. Selon un philanthrope, «aider devient plus facile et plus gratifiant, lorsque l'on a les outils ou des processus clairs à portée de main». Pour cet autre donateur «les conseillers philanthropiques nous aident à distinguer ce que nous pouvons espérer des différents projets nous étant présentés. Et, plus profondément, ils partagent leur expérience à un moment où nous risquons de nous laisser entraîner par un excès d'idéalisme.»

Avec cette tendance à la professionnalisation, nous observons que des bonnes pratiques émergent autour de l'engagement des donateurs, à savoir choisir les organisations de façon proactive, planifier autour d'outils simple et efficace son engagement en dialoguant avec les partenaires soutenus, contracter un engagement sur le long-terme (3-5 ans), ou encore avoir un alignement des attentes mutuelles notamment pour faciliter la transparence et le flux des informations.

Partager ses expériences

Alors qu'en Europe les donateurs restent traditionnellement discrets autour de leur engagement, nous observons

aujourd'hui une plus grande volonté d'échange dans des cercles privilégiés, en valorisant le partage d'expériences entre pairs. C'est à la fois l'opportunité de découvrir de nouvelles idées et de s'inspirer des leçons apprises d'autres philanthropes, afin d'enrichir leur engagement. Cela se traduit par une demande grandissante pour des espaces d'échange à la fois informels et confidentiels. Donner c'est choisir. Notre expérience nous montre que, pour les donateurs, il s'agit aussi de se faire plaisir en donnant de son vivant, d'impliquer sa famille dès le plus jeune âge des enfants et de clairement exprimer ses attentes autour des résultats escomptés. Impact, plaisir et efficacité, tels sont les maîtres mots tout en reconnaissant que souvent les donateurs «(...) reçoivent bien plus des autres qu'il s'appauvrissent de ce qu'ils leur donnent.» ■

DE PLUS

Projet commun à une famille

Cas pratique: Anna a vingt-trois ans lorsque ses parents lui proposent, ainsi qu'à ses trois frères, d'entreprendre ensemble la démarche philanthropique de la famille. Ils ont à leur disposition un budget pour quatre ans, et certaines règles définies. Ce cadre exige de leur part de s'impliquer personnellement dans le choix des projets qu'ils soutiendront, en établissant un contact régulier avec les bénéficiaires et en leur rendant visite sur place. En revanche, ils ont les mains libres pour choisir les projets soutenus et inventer ensemble comment ils souhaitent fonctionner.

Leçons apprises de cet engagement avec le soutien de conseillers en philanthropie:

1. Cerner les motivations de l'engagement philanthropique de la famille et les défis auxquels celle-ci va faire face.
2. S'impliquer personnellement auprès des organisations et des bénéficiaires, notamment par les visites de terrain régulières.
3. S'entourer de conseillers externes, afin de garantir un due diligence rigoureux pour que les projets aient un impact maximum.