



FONDATION BILL ET MELINDA GATES Créée par le patron de Microsoft et son épouse, cette fondation dépense plus pour la santé publique que l'Organisation mondiale de la santé.

Le grand retour de la charité

PHILANTHROPIE Les riches donateurs sont de plus en plus nombreux et généreux. Soucieux d'efficacité, ils s'assurent de l'impact réel de leur soutien à des causes sociales ou humanitaires. Par **Geneviève Brunet**.

Donner, oui, mais en cherchant à maximiser l'impact positif pour les bénéficiaires. Une philosophie affichée sans complexe par les nouveaux philanthropes; riches hommes d'affaires ou héritiers, soucieux de l'efficacité de leurs dons. À l'instar d'un Bill Gates. L'homme le plus riche du monde a créé la plus grande fondation existante. Et pour lui, il va de soi que la Fondation Bill et Melinda Gates doit être gérée avec la même exigence qu'une entreprise. Que le critère de résultat soit le nombre d'enfants vaccinés plutôt que le bénéfice ne change rien à l'obligation de professionnalisme.

Le créateur de Microsoft a d'ailleurs annoncé qu'il se consacrerait à plein temps à sa fondation dès 2008 et affiche ouvertement son souhait de contri-

buer à la découverte d'un vaccin contre le sida. L'une des meilleures preuves de son pari gagnant est sans doute l'imposant don, de plus de 30 milliards de dollars, consenti par un autre riche américain, Warren Buffet. Le célèbre financier a choisi de soutenir la fondation de son ami Bill, plutôt que de mettre sur pied une structure à son nom, parce qu'il était convaincu que son argent serait ainsi mieux employé.

La Fondation Bill et Melinda Gates – qui dépensait déjà chaque année plus que l'Organisation mondiale de la santé (OMS) – dispose donc désormais d'un capital supérieur à 60 milliards de dollars. Une exception dans le gigantisme, mais pas dans l'esprit commun à nombre d'institutions américaines de ce type. Aux États-Unis, la fiscalité favorise de longue date les

fondations à but humanitaire et caritatif. Et les Américains leur confient volontiers les tâches que ne remplit pas un État conçu à taille limitée. L'ampleur des dons consentis outre-Atlantique est impressionnante: en 2005, plus de 250 milliards de dollars ont ainsi irrigué le secteur non lucratif, soit quelque 2% du PIB des États-Unis. Des dons volontiers affichés par leurs auteurs, classés par certains journaux au hit-parade de la générosité.

NOUVEAU SERVICE BANCAIRE Plus volontiers discrète, la philanthropie européenne n'en prend pas moins de l'ampleur. Les mêmes causes produisant les mêmes effets de part et d'autre de l'Atlantique: le nombre de personnes très fortunées augmente régulièrement et l'action caritative tente les vieilles

familles patriciennes, comme les nouveaux riches nés de la *net économie* ou de brillantes start-up technologiques. Cette volonté croissante des très riches clients de la gestion de fortune privée de s'impliquer dans la cité au travers de dons a été prise en compte par UBS.

La première banque mondiale de gestion de fortune privée a créé en 2005 UBS Philanthropy Services à l'intention de ses «key clients» disposant d'une fortune au moins égale à 50 millions de francs. Maximilian Martin – responsable de cette plateforme de services destinée à aider les donateurs très aisés à identifier tant la motivation de leur volonté caritative que les organisations les plus efficaces pour la mettre en œuvre – indique que ses clients «sont très soucieux de l'impact de leurs dons». Enthousiaste, il vante volontiers les possibilités offertes aux modernes philanthropes. «Ils peuvent avoir un impact fort et rapide pour induire le changement social.» Et de citer un entrepreneur social brésilien ayant installé des ordinateurs dans les favelas pour permettre l'accès à l'internet des plus défavorisés. «Les personnes qui en ont bénéficié ont très vite développé les compétences nécessaires dans la société de l'information.»

UBS Philanthropy Services est aussi à même de faire naître des fondations ad hoc pour les actions caritatives de ses clients, «à partir de 20 millions de francs de fonds dédiés». Une possibilité de plus en plus utilisée par des ressortissants de pays «tels que le Brésil, le Mexique ou la Russie; qui créent en Suisse la fondation qui gèrera les dons destinés à des actions dans leur pays d'origine». Ces riches étrangers choisiraient de localiser leur fondation en Suisse en raison de la stabilité juridique et politique du pays et de sa bonne réputation.

INTERMÉDIAIRES PROFESSIONNELS «Conseiller les clients en matière d'actions philanthropiques est une préoccupation du Family Office de Pictet depuis sa création il y a un peu moins de dix ans», indique Pierre-Alain Wavre, responsable de ce service entièrement dédié à la gestion de fortunes familiales. «Notre Family Office peut créer une fondation pour le compte de la famille et la gérer. Il peut également la mettre en contact avec une fondation ad hoc ou faciliter, par exemple, des investissements dans le microcrédit.» Des prestations de plus en plus sollicitées, notamment parce que ce service voit régulièrement augmenter le nombre de ses clients, des familles disposant d'une fortune à gérer supérieure à 100 millions de francs.

Selon ce spécialiste, «les raisons qui poussent les clients à se tourner vers la philanthropie sont le souci de faire le bien et la volonté de la famille d'avoir une action positive dans la société. Les avantages fiscaux jouent aussi un rôle. Par ailleurs, les dirigeants d'une famille ont souvent le souci de réunir l'ensemble de leurs membres autour d'une œuvre commune.»

La charité moderne semble avoir de beaux jours devant elle. Ses détracteurs soulignent que les avantages fiscaux consentis aux donateurs, notamment aux États-Unis, soustraient des ressources à l'État pour laisser à de riches individus le soin de décider des besoins sociaux à combler. Ceux qui soutiennent ce mouvement relèvent que les généreux mécènes repèrent souvent des besoins neufs et sont à même d'intervenir plus rapidement que les pouvoirs publics pour y répondre.

Ce débat sur les rôles respectifs du public et du privé est moins vif en Europe. «On sent clairement en Europe continentale un désir de trouver un rapport propre à la philanthropie, un peu

engagées par son intermédiaire sont passées de 1 million de francs à la fin de la première année à 3 millions en 2006. Lorsqu'elle reçoit mandat d'un donateur potentiel, WISE «commence par chercher à mieux cerner ses aspirations, l'aide à identifier un projet qui y réponde et l'accompagne pour en suivre les résultats.»

DONS MIEUX CIBLÉS Pendant les dix-huit premiers mois d'activité, ses fondateurs ont surtout suivi des projets menés en Asie du Sud et Amérique latine. Une spécialisation qui lui a valu d'être sélectionnée par Lombard Odier Darier Hentsch pour «les grands projets de niveau international», indique Anne-Marie Kortmüller, responsable du sponsoring et de la philanthropie au sein de cette banque privée. «Pour le Charity Trading Week de 2006, grâce auquel notre établissement a pu verser 425 000 francs à une clinique népalaise, nous avons travaillé avec WISE sur place pour planifier la donation sur trois ans. L'année précédente, pour un projet en Colombie, nous lui avons confié l'entier du suivi qui est toujours en cours.»



«Les philanthropes peuvent avoir un impact fort et rapide pour induire le changement social.»

Maximilian Martin, responsable de UBS Philanthropy Services

différent de la pratique anglo-saxonne», note Etienne Eichenberger, cofondateur avec Maurice Machenbaum de WISE (Wealthy Individuals Social Entrepreneurs). Cette société, née en octobre 2004 à Genève, «conseille des individus ou des familles qui souhaitent consentir des dons à des projets réalisés de manière professionnelle». Elle accompagne donc surtout des personnes dans leur démarche caritative, «à part quelques exceptions notables dans le secteur financier – notamment avec la Banque de Luxembourg et les banquiers privés Pictet et Lombard Odier Darier Hentsch qui sont nos clients», indique Etienne Eichenberger.

WISE intervient pour des dons supérieurs à 75 000 francs par année. Pour garantir son indépendance dans l'analyse d'un projet, l'entreprise facture des honoraires selon le temps consacré au dossier, indépendamment des montants versés. Elle surfe avec bonheur sur la nouvelle vague de la générosité privée... Les sommes

Lombard Odier Darier Hentsch reçoit directement quelque cinq cents demandes de dons par an. Membre de Philias – qui aide les entreprises dans leurs actions philanthropiques propres – le banquier privé «a confié une étude à cette fondation visant à préciser, pour chaque demande de don reçue concernant la région genevoise, le domaine d'action de l'association et le contexte actuel. Cette analyse, reçue il y a peu, devrait permettre au service sponsoring et philanthropie d'avoir une vision plus précise des besoins», révèle Anne-Marie Kortmüller. Par ailleurs, la banque a commencé «une réflexion il y a quelques mois pour déterminer si elle pourrait mettre certains services à disposition de la clientèle intéressée par des dons à caractère philanthropique.»

Nouvelles preuves que charité, philanthropie ou mécénat excluent de plus en plus l'amateurisme; tant du côté des donateurs que des associations sollicitant une aide financière. I