



ÉTIENNE EICHENBERGER

Les dons pour la philanthropie n'ont pas diminué avec la crise

Engagement. Certains gros donateurs s'impliquent dans le choix du domaine d'intervention de leurs actions philanthropiques et dans le suivi des projets financés.

Les sommes consacrées en Suisse à la philanthropie n'ont pas diminué pendant la crise, malgré l'érosion des patrimoines. Les donateurs sont conscients que ceux qui souffrent le plus sont les populations déjà très précarisées, indique Etienne Eichenberger, cofondateur de Wise. La diminution, en raison du chômage massif, des flux d'argent envoyés dans leur pays d'origine par les immigrés – «qui représentent jusqu'à 20% du PIB de certains pays d'Amérique centrale» – fragilise encore des communautés déjà dépendantes du soutien de leurs membres expatriés.

En quoi consiste votre métier?

L'intermédiation dans le domaine de la philanthropie. Peu d'organisations conseillent des donateurs. Lorsque nous avons créé Wise (Wealthy individuals-social entrepreneurs, www.wise.net) en octobre 2004, mon associé, alors directeur de Terre des hommes à Lausanne pour l'Amérique latine et les Caraïbes, avait constaté une forte croissance du nombre d'organisations engagées dans le développement. Ayant travaillé avec la fondation de Stephan Schmidheiny, je savais que des personnes disposant d'un patrimoine souhaitaient mettre sur pied des actions de philanthropie mais n'avaient pas assez de temps à y consacrer en parallèle à la gestion de leur entreprise. D'où l'idée de mettre notre expertise à leur service.

Qu'est-ce que la philanthropie?

L'engagement pour des causes d'intérêt public d'un particulier, ou d'une institu-



THIERRY PAREL

tion, mettant à disposition des ressources financières, du temps et un savoir-faire. Donner est un choix: ces personnes ont déjà payé leurs impôts. Les gens qui viennent nous voir sont régulièrement sollicités. Ils s'engagent avec nous dans une démarche plus proactive: nous les aidons à identifier les causes pour lesquelles ils veulent agir et les organisations les plus

aptes à répondre à leur demande. La philanthropie – si elle est entreprise dans un cadre familial comme c'est le cas pour la plupart de nos clients privés – répond aussi à une quête personnelle. Un de nos mandants, chef d'entreprise, a passé une semaine en mars en Tanzanie avec son fils pour suivre un projet qui lui tient à cœur.

Comment procédez-vous?

La première étape consiste à écouter ces personnes. Nous utilisons des modules d'animation d'ateliers avec une méthodologie «philanthropie» qui les incite à parler de leurs domaines d'intérêts et de leurs expériences. Ce travail permet d'identifier le champ d'action à privilégier. La deuxième étape revient à aider notre client à trouver les bons acteurs. A partir d'un certain niveau de don, le philanthrope se sent responsable de l'efficacité des actions menées. Nous avons développé une méthode avec *due diligence*. Le client est souvent associé à la définition du projet et se rend avec nous sur le terrain pour le suivi.

PROFIL

ÉTIENNE EICHENBERGER

Codirecteur exécutif et cofondateur avec Maurice Machenbaum de Wise, société de conseils en philanthropie. A été responsable de l'agenda global, pour le développement international, au WEF, après un passage aux Affaires étrangères. Des compétences complémentaires à celles de son associé, spécialiste du développement social et de la gestion de projets.

Comment vos clients vivent-ils l'énorme écart entre leur patrimoine et ce dont disposent les personnes qu'ils aident?

Cette question se pose à chacun de nous, pas seulement aux personnes aisées. En regard de ce que vit le milliard de personnes qui ont moins d'un dollar par jour, nous sommes tous très riches. Les 150 francs dépensés pour un bon repas et un spectacle représentent le revenu d'une famille pendant quatre mois dans certains pays. La notion de richesse financière est relative. Mais ceux qui consacrent des sommes qui

peuvent représenter de 20 à 25% du financement d'un projet, ressentent une certaine responsabilité quant à la manière dont cet argent est utilisé. La pudeur avec laquelle se comportent les philanthropes en Suisse montre qu'ils agissent avec un souci de cohérence personnelle. Leur patrimoine est souvent lié à une société familiale. Or, réussir une entreprise et une famille au fil des

générations est un défi. La philanthropie contribue à cimenter les valeurs d'une famille; notamment pour ses membres qui ne participent pas à la gestion de l'entreprise ou la prochaine génération.

Les dons ont-ils diminué avec la crise?

Un de nos clients nous a dit, à la fin de 2008, que son titre avait perdu 60% à la Bourse et que ce ne sont pas les actions philanthropiques qu'il menait avec nous qui allaient le fragiliser. Beaucoup de ces personnes aisées sont très conscientes que ceux qui souffrent le plus sont les plus précarisés. Les gens avec lesquels nous travaillons sont généralement des entrepreneurs ayant une vision à long terme. Ils signent avec nous des contrats de trois à cinq ans. Les sommes consacrées à la philanthropie en Suisse n'ont pas diminué pendant cette crise. Le Centre for Philanthropy Studies, basé à Bâle, estime que de 1 à 1,5 milliard de francs sont versés chaque année, en excluant, il me semble, les dons à Pro Helvetia et au FNS. Ces montants restent relativement modestes. Le soutien financier n'a pas diminué, mais nous avons constaté en 2009 que nos clients, très sollicités par la gestion de leur entreprise, avaient moins de temps à consacrer à leurs actions philanthropiques tout en désirant échanger entre eux sur ce thème. Notre événement «Families in Philanthropy», qu'on rééditera en octobre, a réuni pour ce faire des clients et certaines familles.

«AVEC UN DON IMPORTANT LE PHILANTHROPE SE SENT RESPONSABLE DE L'EFFICACITÉ DES ACTIONS ENGAGÉES.»

Votre clientèle est-elle majoritairement suisse?

Elle est essentiellement composée d'Européens francophones, mais nous travaillons aussi avec une famille du Moyen-Orient, et d'autres personnes au Brésil et en Russie. Pour être réellement indépendants, il est important de diversifier à la fois notre clientèle et les organisations mandatées pour mettre en œuvre les actions. Ce, pour éviter les conflits d'intérêts. ○

PROPOS RECUEILLIS PAR GENEVIÈVE BRUNET



DÉCRYPTAGES

GENEVIÈVE BRUNET

PARTIE DE BILLARD

Le 10 mai, la Commission des affaires économiques et monétaires du Parlement européen a encore reporté son vote sur la directive AIFM, censée renforcer la législation sur les hedge funds et fonds de Private Equity. Ce pourrait être une mauvaise nouvelle pour la place financière suisse. Après le refus britannique de participer au vaste plan de soutien à l'euro et l'arrivée d'un premier ministre conservateur eurosceptique, les Anglais craignent un durcissement des positions allemande et

française sur la régulation financière. Une directive AIFM trop restrictive pour les gérants de hedge funds les

pousserait à quitter Londres pour Genève ou Zurich. Mais dans la partie de billard qui se joue en coulisses à Bruxelles, les participants européens pourraient aussi se coordonner contre le joueur suisse. Une directive AIFM suffisamment souple sur les fonds alternatifs pour plaire aux Anglais, mais excluant que des gérants installés dans des pays tiers à l'Union européenne puissent proposer leurs produits dans le grand marché, induirait un transfert d'emplois très qualifiés sur le territoire communautaire. Dans cette vaste partie de billard, la Suisse pourrait toutefois passer par la bande: en sacrifiant sa boule AIFM pour assurer la trajectoire des boules Rubik ou accès au marché des assurances. D'autant que des gérants ambitieux installés hors de l'Union européenne proposeraient sans problème leurs hedge funds sur les vastes marchés asiatique et américain. ○

LA SUISSE POURRAIT PASSER PAR LA BANDE.