

ILS SONT JEUNES, RICHES... ET GÉNÉREUX

LES JUSTICIERS

MILLIARDAIRES

Il est loin le temps des galas de charité organisés par des industriels sexagénaires en costume grisâtre. Aujourd'hui, les nouveaux millionnaires préfèrent investir dans le « **philanthrocapitalisme** », pour aider efficacement... tout en donnant un sens à leur vie.

Par Fabrice Tassel_Illustrations Sarah Mazzetti

MON ENGAGEMENT ME RAMÈNE DANS LE MONDE RÉEL. Dans ma vie, j'ai énormément de chance et parfois, quand tu te plains pour pas grand-chose, ça te remet les idées en place. » Celui qui parle n'est ni startupper, ni chef d'entreprise, ni rentier fortuné. C'est un millionnaire et, surtout, il a 25 ans. Alassane Pléa, ex-footballeur de l'OGC Nice (transféré cet été en Allemagne), est devenu au printemps le premier joueur professionnel français à décider de reverser 1 % de ses revenus annuels à un fonds de dotation à visée caritative (autour de l'enfance et des plus démunis), créé par son club. La somme, 14 000 euros annuels, doit être ramenée au montant de ses revenus, mais le geste, que les médias n'ont quasiment pas relevé, compte.

Et si la philanthropie évoluait ? La question peut paraître incongrue à l'heure où, sur l'échelle de la richesse mondiale, les inégalités se creusent, chaque bilan annuel prouvant que les riches sont plus riches et les pauvres, plus pauvres. D'après la banque suisse UBS, les milliardaires ont vu leur fortune septupler en vingt ans, pour atteindre environ 5 000 milliards de dollars. Mais des études montrent aussi que leur générosité s'est accrue, même si ce n'est évidemment pas dans les mêmes proportions. ---



... C'est surtout la façon de donner qui se modifie, sous l'impulsion d'une nouvelle catégorie d'acteurs, la génération Y – nul doute que les millennials vont leur emboîter le pas. Jusqu'ici, les philanthropes venaient plutôt de l'industrie, affichaient une soixantaine d'années et signaient chaque fin d'année un (gros, parfois) chèque pour « les bonnes œuvres », un geste de préférence célébré lors d'un dîner fastueux et peu discret. Si ce profil n'a pas disparu, de jeunes fortunes issues du numérique ou de la finance, amassées parfois en quelques années seulement, s'installent sur la scène philanthropique partout dans le monde. Pour donner, ils rangent le ché-

“Je n’y vais pas car je ne veux pas être accueilli comme le sauveur. Je veux construire avec les Kényans d’ici.” Pierre Rispoli

quier et préfèrent créer une fondation que ces *rich young men* gèrent comme leurs entreprises : efficacité et mesure d'impact sont les mots-clés. Et à l'inverse de leurs aînés, la discrétion leur va souvent très bien.

DES PROJETS MIEUX CIBLÉS

Pierre Rispoli est l'un de ces nouveaux visages. Il est un de ces hommes que l'on voit arpenter le 8^e arrondissement parisien comme s'il s'agissait de son jardin. Grand, élégant, bien habillé, bien coiffé. Il dirige un fonds de *private equity* qui investit l'argent de compagnies d'assurances, de mutuelles ou de riches particuliers dans des entreprises à haut potentiel. C'est son métier depuis vingt-sept ans. Au début de sa carrière, alors qu'il rentre profondément marqué par son service militaire en Colombie, Pierre Rispoli fonde Educadev, une petite structure destinée à aider des enfants pauvres à aller à l'école. « Et puis, il y a quelques années, je me suis demandé : est-ce que ça marche vraiment ? » se souvient l'homme d'affaires. C'est l'une des questions majeures des philanthropes : l'efficacité de leurs dons, la certitude que les flux arrivent à destination et qu'ils sont ensuite bien utilisés. Le financier décide alors de rapprocher « son cerveau gauche et son cerveau droit », de concilier sa volonté de générosité avec les outils professionnels qu'il utilise au quotidien pour ses clients.

Cette professionnalisation de la philanthropie porte un nom : la « *venture philanthropy* », ou encore le « *philanthrocapitalism* ». Né aux États-Unis dans les années 1990, lorsque les premières fortunes s'amas- saient dans la Silicon Valley, ce mouvement se développe en Europe depuis environ cinq ans. En gros, il s'agit de mieux sélectionner les projets à aider, de les suivre sur une longue durée, de mesurer strictement leurs résultats et d'encourager les populations aidées

à s'autonomiser. « Chaque année, je vois environ cent sociétés qui cherchent de l'argent, on fait le deal avec trois d'entre elles. La *venture philanthropy*, c'est pareil », explique Pierre Rispoli. Beaucoup d'associations porteuses de projets se bousculent à son portillon, mais il n'en retient qu'une poignée, avec l'idée de vraiment les aider. Ainsi, depuis un an, il gère un centre au Kenya qui s'occupe d'une cinquantaine d'enfants dont les parents sont morts du sida. À l'origine créé par une ONG sud-africaine, qui s'est retirée du projet, ce centre était sur le point de disparaître lorsque Pierre Rispoli réfléchissait à son *aggiornamento* de philanthrope. Avec quelques amis, il a levé 150 000 euros qui vont être investis sur cinq ans, recruté trois salariées kényanes, imaginé des dispositifs de financements complémentaires (des hôtels de Mombassa prélèvent un euro sur des nuitées pour aider le centre), exigé des rapports réguliers sur l'évolution du projet. Un autre indice important montre la spécificité de l'approche : « Je ne suis pas encore allé sur place. J'ai conscience que cela peut poser question mais c'est volontaire : je ne veux pas être accueilli comme le sauveur, le messie. Je veux d'abord co-construire avec les Kényans qui sont sur place. »

UNE GÉNÉRATION EN QUÊTE DE SENS

Si Pierre Rispoli a choisi ce projet, c'est aussi parce qu'il a été conseillé par Eric Berseth. Ce trentenaire suisse navigue entre Genève et Paris à la tête de Philanthropy Advisors, une société créée en 2011. Ce nouveau métier (conseiller en philanthropie) incarne la professionnalisation du secteur et la volonté de répondre à une angoisse majeure des donateurs : quel projet soutenir ? Pourquoi donner à telle école au Niger plutôt qu'à ce centre de santé en Inde ? Lorsque Pierre Rispoli lui a fait part de son envie, mais aussi de ses hésitations, à soutenir les enfants kényans, Eric Berseth a passé une semaine sur place. Habitué aux zones de crises (Soudan, Haïti, Congo...) qu'il a sillonnées pour le compte du Comité international de la Croix-Rouge et de Médecins sans frontières, Berseth a validé l'intérêt du projet. L'investissement a été débloqué peu après.

Dans ses bureaux parisiens à deux pas de l'Arc de Triomphe, Eric Berseth en est persuadé : « En matière de philanthropie, la nouveauté la plus forte de ces dernières années est l'arrivée des jeunes entrepreneurs qui ont clairement une sensibilité plus forte à l'autre. Que ce soient les *family offices* (*gestionnaires de grandes fortunes*, *ndlr*), les banquiers ou même les entreprises, tous doivent offrir des perspectives philanthropiques s'ils veulent garder ces profils comme clients ou comme salariés. Cette génération est dans une quête de sens, c'est évident. » Une vision partagée par Bathylle Misika, qui veille aux relations entre les États et les fondations pour le compte de l'OCDE : « L'eldorado n'est plus d'aller bosser dans un fonds d'investissement. “Se lever tous les matins pour faire quelque chose d'intéressant”, voilà ce que j'entends toute la journée, je vois défiler des



millennials qui veulent travailler dans le “social impacting”. » Alexandre Mars, un des militants les plus actifs de la philanthropie en France avec sa fondation Epic, relève aussi dans son livre témoignage paru au printemps (*La Révolution du partage*, Flammarion), que « 20 % des étudiants qui rejoignent Stanford, et c'est valable pour Harvard, Oxford, HEC ou Sciences Po, ambitionnent de travailler dans l'économie sociale et solidaire. Il y a dix ans, ce taux flirtait avec 0 % ».

“ON S'EST PLANTÉS”

Yann Borgstedt est une autre figure de cette nouvelle scène philanthropique. Ce Suisse d'une bonne quarantaine d'années a vu son train de vie changer au début des années 2000 en revendant sa boîte de web design à Altran. Le pactole, ajouté au patrimoine familial constitué par une société de logistique, le met à l'abri du besoin pour très longtemps. Il profite alors de cette sécurité pour réfléchir. « Je me suis toujours posé beaucoup de questions sur le sens de ma vie, y compris au niveau religieux et spirituel », explique-t-il en jean et casquette dans les salons d'un palace parisien où il passe en coup de vent pour assister à un concert. À l'image d'une grande partie des philanthropes nouvelle génération, Yann Borgstedt se tourne d'abord vers l'enfance. Sur le conseil d'une

relation, il se rend au Maroc où il rencontre vingt-cinq ONG. Il décide d'en accompagner une qui aide les jeunes Marocaines des campagnes à occuper des postes de bonnes dans de riches familles de Marrakech. « On s'est plantés », résume Yann. Très vite, il comprend que des parents empochent l'argent de l'ONG alors que leur fille revient travailler à la campagne. Yann Borgstedt en conclut que sa bonne volonté ne suffira pas. Il bosse, se renseigne, et crée une fondation (Womanity), l'outil le plus prisé de l'apprenti philanthrope. Aujourd'hui, Yann finance de sa poche tous les frais de Womanity (dont la rémunération de ses huit salariés, ...

LES PHILANTHROPES CÉLÈBRES



AGA KHAN
Le prince gère 900 millions de dollars répartis dans un réseau de développement social présent dans 30 pays.



MARK ZUCKERBERG
Le fondateur de Facebook a promis qu'il léguerait 99 % de sa fortune à sa fondation pour l'enfance.



BILL GATES
En 2006, l'homme le plus riche du monde a cédé 95 % de sa fortune à sa fondation pour une vaccination accessible à tous.

... soit 400 000 euros annuels, tout de même), puis la structure cherche des financements auprès de grandes entreprises (Philip Morris, UBS...) qui ont elles-mêmes créé leur fondation. Les programmes sont ainsi cogérés et cofinancés. Parmi eux : la création d'une radio destinée aux femmes en Palestine, et le financement de cartoons sur la condition de la femme réalisée par deux jeunes Égyptiennes et diffusés sur YouTube.

CAPTER DE NOUVEAUX CLIENTS

La philanthropie gagne même du terrain dans les banques. En France, la plupart des grands établissements, dont BNP Paribas qui a été la pionnière, créent un département dédié à la générosité privée. C'est même devenu une façon de capter de nouveaux clients ou de garder les présents, à la façon des conseils sur les investissements dans l'art il y a quelques années. « La Société générale a d'abord créé sa propre fondation en 2009, avec l'enfance et l'éducation comme priorités. Mais les banquiers ont assez vite compris que ces thèmes ne répondaient pas forcément aux attentes de tous nos clients. D'où la création, il y a deux ans, d'un département philanthropie qui fait du sur-mesure », explique Claire Douchy, sa directrice. L'idée est de sonder les clients les plus fortunés (ceux dits de la banque privée, qui détiennent entre 500 000 et deux millions d'euros) sur leurs envies : « Nos clients sont à 70 % des chefs d'entreprise, en activité ou à la retraite. Les baby-boomers sont en train de vendre leurs entreprises et ont donc des fonds à utiliser. Et puis il y a les plus jeunes, plus naturellement tournés vers la philanthropie. » Ceux-ci mêlent parfois leur business avec une démarche philanthropique personnelle : un chef d'entreprise du sud de la France a ainsi créé une fondation qui mène des recherches sur les océans, tandis que son entreprise vend des produits de la mer, l'idée globale étant de « vendre plus sain » grâce aux recherches menées par la fondation. Selon Claire Douchy, le nombre de clients investissant dans la philanthropie à la Société générale augmente de 6 à 10 % par an (avec un ticket oscillant entre 60 000 et... 20 millions d'euros), et la tendance est vraie pour toute l'Europe.

Si elle se félicite de cette « hyper-professionnalisation du secteur », Bathylle Missika, spécialiste à l'OCDE, met un bémol à cet élan : « La philanthropie, c'est le domaine du temps long, qui évite la dispersion et le saupoudrage. Or certains jeunes, qui veulent aller trop vite, restent dans une vision court-termiste. Il y a aussi le risque de l'ego. Et puis, dans les grandes entreprises, cela reste compliqué de placer la philanthropie au cœur de la stratégie, car ce n'est pas l'attente prioritaire des actionnaires. » Mais même dans une institution comme l'OCDE, la cause avance grâce au département dédié au rapprochement entre les États et les fondations, qu'elle dirige et qui existe depuis cinq ans. La philanthropie, ou la politique des petits pas.

2% POUR LES INDIGENTS D'INDE

Cinquième puissance mondiale, l'Inde est très riche... mais compte **beaucoup de pauvres**. Et si les grandes entreprises privées leur venaient en aide ? C'est en tout cas ce que l'État souhaite imposer.



À BOMBAY, L'INDÉCENCE PORTE UN JOLI NOM : Antilia. Loin d'être la seule tour de la ville, on ne la remarque pas spécialement... sauf quand on apprend qu'elle n'abrite qu'une famille de quatre personnes, celle de Mukesh Ambani, première fortune d'Inde (polyester, banque...) et environ 40^e mondiale. Antilia se résume à un déluge de chiffres : 600 employés, 173 m de haut, 37 000 m², 27 étages dont 6 réservés aux 200 voitures du propriétaire, piscine olympique, cinéma, théâtre... C'est un euphémisme de dire que la construction d'Antilia, il y a sept ans, a fait grogner dans une ville de 21 millions d'habitants – la quatrième plus peuplée au monde après Tokyo (38), New Delhi (26) et Shanghai (24) –, dont environ la moitié vit en dessous du seuil de pauvreté (soit deux dollars par jour). Et dans un pays où les inégalités sont parmi les plus fortes au monde malgré une croissance autour de 7,5 % par an depuis deux décennies. L'Inde est à la fois immensément riche... et pauvre.

UN GOUVERNEMENT QUI SE DÉFAUSSE ?

Trois ans après l'érection d'Antilia, en 2014, le pays a adopté une loi unique au monde : les grands groupes doivent reverser au secteur caritatif 2 % de leur bénéfice net chaque année au titre de la Corporate social responsibility (CSR, l'équivalent de notre responsabilité sociétale des entreprises, la RSE). Cet outil philanthropique vise les compagnies (environ 800) réalisant un chiffre d'affaires supérieur à 10 milliards de roupies (156 millions de dollars) ou un bénéfice net de 50 millions de roupies (un peu plus de 800 000 dollars). Pour comparer, imaginez Total, Bouygues, Vinci ou Véolia taxées à hauteur de 2 % de leurs bénéfices. Nul doute que ça grincerait des dents. Le bénéfice attendu de la CSR chaque année est d'environ deux milliards de dollars, soit deux fois plus que... le coût d'Antilia. Cet objectif n'a pas encore été atteint, mais selon un rapport indépendant de 2016, les investissements globaux du secteur privé vers le secteur caritatif sont passés de 400 millions à 1,5 milliard d'euros. Un chiffre qui correspond aussi au rythme effréné de la croissance indienne, annoncée comme la cinquième puissance mondiale dès cette année, devant la France et le Royaume-Uni.

À quelques kilomètres d'Antilia, Arun Kumar dirige Apnalaya, une ONG de 80 salariés qui aide depuis quarante-trois ans les plus pauvres et qui a perçu une aide via la CSR. Lorsque GQ le rencontre, il travaille notamment dans un quartier où l'espérance de vie culmine à 39 ans. « La CSR est une bonne idée, encore jeune et qui va demander du temps, explique Arun. La loi met la pression sur les entreprises, c'est positif. Mais il existe des bémols : par exemple, le gouvernement a créé un projet sur l'environnement et des sociétés se sentent obligés d'y injecter de l'argent. Il y a un gain politique qui biaise les choses. » Les détracteurs de cette loi avancent souvent cet argument. Bittu Sahgal, éditeur en vue à Bombay, estime que la CSR « est un alibi pour réduire les dépenses sociales : accepteriez-vous que votre éducation dépende

de Danone ? » De fait, le gouvernement investit seulement l'équivalent de 3 % du PIB dans l'éducation (alors que 60 % de la population – 1,4 milliard d'habitants – a moins de 25 ans) et 1,1 % dans la santé, ce qui ressemble à un appel indirect aux entreprises privées.

AMIN SHEIKH ET LE "GIVE BACK"

Ce n'est pas un hasard si une telle loi, malgré ses défauts et un impact encore difficile à mesurer, est née en Inde. Il y existe depuis toujours une tradition philanthropique poussée, puisque même Gandhi a expliqué, lors de l'indépendance du pays, que la richesse des capitaines d'industrie devait aussi profiter à l'homme de la rue. « Nous appliquons une forme de CSR depuis quatre-vingts ans ! » s'exclame Smita Crishna. Cette élégante femme dirige un ensemble scolaire qui abrite 2 700 élèves entre 3 et 16 ans, tous enfants des salariés du groupe Godrej, l'une des plus anciennes familles d'entrepreneurs indiens. Comme les Tata ou les Wadia (et Freddie Mercury), les Godrej sont des Parsis, cette communauté perse installée en Inde au VIII^e siècle qui pratique la plus ancienne religion monothéiste au monde (le zoroastrisme) et est réputée pour sa vocation philanthropique. Les Godrej possèdent aujourd'hui un petit morceau du nord-est de Bombay, où leurs usines (matériel de chantier, cosmétiques...) emploient 8 000 salariés. Pour Smita Crishna, la philanthropie est une évidence, même si elle pointe des changements : « Autrefois, l'idée était d'aider très largement ; désormais, ce sont des dons ciblés sur un seul sujet, c'est plus cloisonné, plus professionnel. »

S'il est un homme qui a longtemps bénéficié de cette philanthropie « globale », c'est bien Amin Sheikh. Ex-enfant des rues, il a été recueilli par Snehasadan, une institution d'aide à l'enfance qui bénéficie des 2 % de la CSR. À 38 ans, il est l'incarnation du « give back ». Après avoir longtemps été taxi, il s'est bâti une obsession : ouvrir un café-librairie (les livres lui ont tant manqué) où il emploierait d'anciens pensionnaires de Snehasadan. Amin a écrit son autobiographie, bourlingué entre la France et l'Espagne (il y a rencontré sa femme) et épargné 130 000 euros pour son café, ouvert il y a deux ans. Son rêve : ouvrir un autre café à Barcelone, qui serait géré par des réfugiés – il se donne quatre ans pour réussir. En attendant, il file accueillir une jeune femme brûlée à l'acide qui a demandé à travailler dans le café. Sur son chemin, il passe au pied d'Antilia et secoue la tête, toujours incrédule face à l'indécence. —

CHARITY BUSINESS

4 546
C'est le nombre de fonds de dotation et de fondations en France, en augmentation d'environ 60 % depuis 2011.

1,7 MILLIARD D'EUROS
C'est le volume annuel des dons des fondations à des œuvres à vocation sociale en France.

120 MILLIARDS D'EUROS
Ce sont les dépenses annuelles des fondations en Europe et aux États-Unis.