

## **Table ronde 2 : Quels financements et quelles évolutions pour la générosité ?**

*Qui seront les donateurs, quels rapports avec eux dans 10 ans ? Comment convaincre les entreprises, les grands donateurs ? Quel avenir pour la Venture philanthropy ?*

### **Animateur**

Frédéric Naquet, Président d'Aide et Action - International

### **Intervenants**

- Serge Raicher, Président de l'European Venture Philanthropy Association (EVPA)
- Barbara de Colombe, Déléguée générale de la Fondation HEC
- André Hochberg, Président de France Générosités
- Henriette Steinberg, Secrétaire générale du Conseil d'administration du Secours Populaire Français

- *Face à la baisse de l'aide publique, alors qu'elles doivent répondre à de nouvelles demandes, les organisations doivent diversifier leurs ressources.*
- *Non seulement l'Etat donne moins, mais fait naître des acteurs très lourds qui viennent concurrencer le secteur caritatif dans sa recherche de financements privés.*
- *Les possibilités juridiques et fiscales offertes aux associations et aux fondations pour diversifier leurs ressources financières sont mal connues et mal optimisées.*
- *Des associations généralistes traditionnelles peuvent créer des fonds de dotation sur une mission précise, en toute cohérence avec leur projet associatif et leur gouvernance.*
- *Les plus grandes organisations du secteur ne peuvent faire l'économie d'investir maintenant en R&D, notamment pour innover en collecte de fonds.*
- *La Venture Philanthropy entend apporter une plus grande valeur ajoutée que son seul soutien financier, pour améliorer le fonctionnement et la gouvernance de la structure, et augmenter son « retour sur investissement » en terme d'impact social.*
- *La construction d'un business plan clair permet de planifier la collecte selon des montants à répartir sur des cibles prioritaires, afin de couvrir le financement de ses projets sur 5 ou 10 ans.*
- *Il existerait un potentiel de donateurs, « un marché », peu ou mal exploité, qu'une démarche professionnelle de fundraising permettrait de mobiliser et de fidéliser.*
- *Face aux évolutions du secteur, les petites structures peuvent trouver conseil et formation auprès de dispositifs ou organismes ressources. Une réflexion doit être menée sur les fondations redistributives à caractère territorial, notamment pour permettre aux petites associations de se concentrer sur leur mission.*

### **Frédéric Naquet, animateur**

Bonjour à tous. Je me présente, : je suis le Président de Aide et Action International, ONG française qui a bientôt trente ans et qui est membre fondateur du Comité de la Charte. Michel Soublin m'a demandé d'animer cette table ronde, qu'il a rappelé tout à l'heure être celle du « nerf de la guerre ».

Serge Raicher, qui est le spécialiste de la Venture Philanthropy, vous en donnera peut-être une définition française tout à l'heure.

Les quatre intervenants autour de la table vont vous faire part de leur expérience, mais surtout, je l'espère, de leurs ambitions pour le futur, tant du monde associatif, que du mode prochain de son financement. Il est certain que si on n'envisage pas de donner les moyens nécessaires aux actions qui sont développées par le secteur, on va s'étouffer... Les avis divergent : certains pensent que le monde de la générosité baisse en France ; d'autres disent qu'il ne baisse pas, mais que le nombre d'organisations grandit donc la répartition permet à chacun d'en avoir un peu moins. Comment revoir les modes anciens de collecte, comme le parrainage, que nous connaissons bien chez Aide et Action, ainsi que les questions d'éthique et de gouvernance ? Comment les associations peuvent se positionner en fonction des ressources financières ? Comment ne pas devenir des supplétifs de l'Etat, ou comme le disait Stéphane Rozès, des sous-traitants des grandes entreprises en terme d'image ? Toutes ces questions ont avoir avec celle du financement.

### **André Hochberg, Président de France Générosités**

On voit que tout ce qui se passait avant la crise est en train d'aller vers une précipitation, comme on dit en chimie : on voit une radicalisation de différentes tendances.

Premièrement, on observe l'accroissement des besoins et tous les secteurs sont concernés, tant pour la France, que pour l'international, du fait de l'accroissement de la pauvreté, mais aussi de la plus grande importance accordée à l'éducation, à l'environnement, à la culture...

Deuxièmement, et ce n'est hélas pas comptabilisé, on observe une baisse des subventions que ce soit au niveau de l'Etat ou des collectivités territoriales. Toute cette décentralisation a donné lieu à davantage d'obligations sociales et autres, du côté des collectivités, avec moins de moyens d'y faire face. C'est donc évident que cela baisse.

Il y a également une différenciation à l'œuvre dans les subventions, car elles sont passées du type subvention de fonctionnement à des appels à projets très compliqués, qui demandent à avoir une comptabilité bien subtile. Ces subventions sont donc plus faibles et avec des contraintes plus grande en terme de gestion.

Troisièmement, il s'agit de l'arrivée très forte des contraintes européennes, notamment parce que Bruxelles s'intéresse beaucoup à une certaine harmonisation de la fiscalité, y compris dans des domaines qui nous concernent.

Donc, comment aujourd'hui augmenter les dons et plus largement les ressources financières des associations et des fondations ? La réponse est très simple et réside dans un mot : diversification. Trois grandes sources privées existent mais sont plus ou moins bien utilisées :

- dons (le plus souvent par des mailing papier dans les boîtes aux lettres...)
- libéralités (donations, legs...qui représentent 20% des ressources privées des associations, et 40% pour les fondations)
- mécénat (pas plus de 3 à 4% des ressources privées des grandes associations ou fondations membres de France Générosité).

Comment diversifier ? On réalise que les possibilités offertes par la loi sont très favorables, mais encore faut-il les connaître et s'en servir. Nous avons fait une étude sur le potentiel des legs, il est considérable : 5 à 10 fois ce qu'il se fait aujourd'hui ! Personne ne s'occupe des assurances-vie, alors que le potentiel est au moins aussi important que celui des legs ; et concernant le mécénat d'entreprise, on se retrouve avec un éparpillement des sommes, avec des entreprises qui ont besoin de placer leur argent pour des besoins de communication interne et externe... Il y a également les fonds de dotation qui viennent d'être créés, des

avantages en matière d'ISF etc. Il y en a un bouquin entier<sup>1</sup> et on en utilise à peu près vingt pages ! Il y a donc quelque chose de très important et urgent à faire.

Concernant les publics, on se retrouve, contrairement à ce qu'on aurait pu penser, sur un marché de l'offre, plutôt que sur un marché de la demande. Si vous ne demandez pas des legs, vous n'avez aucune chance d'en avoir, idem pour les assurances vie, et idem pour le mécénat d'entreprise, ou pour l'ISF des fondations. Alors que si vous le demandez, vous avez beaucoup de chances de les obtenir, car contrairement au catastrophisme ambiant, la France n'est pas tout à coup devenue un pays pauvre ! Certes, il est vrai que les pauvres vivent des moments très difficiles, mais nous restons la 6<sup>ème</sup> puissance mondiale... Ayons conscience que nous avons affaire à des donateurs qui peuvent donner, pour peu qu'on les sollicite et qu'ils aient confiance. Il faut leur donner cette confiance, par de la transparence, notamment à travers des chiffres que l'on peut comprendre... Peut-être pouvons-nous faire un petit effort de pédagogie pour donner aux gens ce qu'ils ont envie d'avoir, quitte à ce qu'ils puissent se reporter sur d'autres supports d'information s'ils veulent en savoir plus. Donc, première chose : accroître la confiance.

Deuxième chose : développer la culture du don. Nos concitoyens qui payent beaucoup d'impôts, attendent que l'Etat fasse tout. Or aujourd'hui, il y a une rupture. L'Etat admet qu'il ne peut pas tout faire, et on s'en rend compte ! Il y a une prise en compte des besoins de la société par les civils. Tant mieux, mais cela veut dire qu'il faut du temps et de l'argent. Pour cela, il faut rendre nos concitoyens responsables et leur expliquer que tout cela ne serait pas possible s'ils ne donnaient pas et du temps et de l'argent.

Au niveau des organisations, cela nous amène à deux types de conclusions :

- passer de l'incitation immédiate, affective, au don (par exemple le tsunami) pour une cause, à l'enrichissement de la marque d'une organisation qui inspire confiance, génératrice d'un engagement à long terme du donateur. Il faut qu'on ne donne plus seulement pour le tsunami, mais par exemple pour le Secours Populaire ou à la Croix Rouge. Or le plus souvent, on ne sait pas ce que fait telle association ou telle fondation, car elles ne le font pas savoir ! La plupart des frais d'investissement va vers le marketing direct. Finalement assez peu d'argent est consacré à faire savoir ce qu'est l'association, quels sont ses objectifs et ses enjeux et comment elle fonctionne. Il y a là un manque de « communication corporate » comme on dit dans le privé, qui est énorme.
- Au niveau des Conseils d'administration, on se retrouve le plus souvent avec des gens qui sont contents quand tout va bien, qui ne connaissent pas trop le fonctionnement, car finalement ils sont là parce qu'on leur a demandé... Dans ce cas, ils prennent le minimum de risques et votent pour refaire comme l'année dernière. Le problème c'est que pour diversifier les ressources, il faut passer du concept d'amélioration du rendement à court terme à celui d'investissement à moyen terme dans la recherche et le développement. Encore une fois, nous avons une très bonne législation pour diversifier, encore faut-il savoir s'en servir. La différence avec le monde de l'entreprise, c'est que ce budget de R&D ne peut pas s'amortir sur du moyen ou long terme. Il faut le faire avec l'argent qu'on a en réserve. Il est certain que si on se

---

<sup>1</sup> "Collecte et philanthropie - Droit et fiscalité" par France générosités, Perrine Daubas et Sébastien Bigot de la Touanne édité par Dalloz

dit « j'investis sur les legs », on ne peut pas s'attendre à ce que demain, tous les gens meurent... ! C'est donc au moins du 10/15 ans. Le concept de R&D est fondamental mais il faut le travailler différemment. Il faut se dire : on fera mieux dans 5 à 10 ans et on le prépare tout de suite.

### **Henriette Steinberg, Secrétaire générale du Conseil d'administration du Secours**

#### **Populaire Français**

Au cœur d'un monde marchandisé et enserré dans les règles de l'OMC, du FMI, de la Banque Mondiale, de l'Union Européenne, des nouvelles règles comptables des agences de notation, des contrôles divers et variés, officiels et officieux, nos associations, fondations, fonds de dotation, ont choisi d'assumer le sujet, en toute clarté, sous la forme de défis à surmonter par ceux qui font appel à la générosité du public. Le SPF s'inscrit dans ce cadre.

Comment le SPF appréhende-t-il ces défis ? Selon trois axes :

- Premier axe : la mise en drapeau de l'absolue nécessité de faire appel à la générosité publique. Le SPF, association généraliste de solidarité, tient pour l'un de ses principes fondateurs, que la mise en œuvre de la solidarité suppose la mise en mouvement des hommes, des femmes, des jeunes, des enfants, pour collecter les moyens nécessaires à la réalisation de ces objectifs. Ce défi est donc le sien. Ces objectifs s'illustrent dans son mot d'ordre : « Tout ce qui est humain est nôtre », en France, en Europe et dans le monde.

Pour le SPF, notre monde se doit d'accorder plus d'importance et de soin aux plus vulnérables, à ceux qui trébuchent, et à tout ce qui génère un manquement à la dignité des êtres humains. Les seuls mécanismes institutionnels, quand ils existent, ne peuvent y suffire. Leur caractère normatif ne permet pas la prise en compte de la complexité des situations individuelles. Et lorsqu'il n'existe pas, la situation est pire encore. En revanche, la solidarité entre les humains, sait trouver et organiser ces moments de passage qui permettent de relever la tête, quelle que soit l'immensité de la catastrophe, ou de la situation, dans le respect de la dignité des personnes soutenues. Cette approche constitue une dimension majeure pour le SPF. Elle le conduit à promouvoir la stricte égalité entre celui qui donne et celui qui reçoit à un moment, inversant potentiellement les rôles à d'autres moments. L'appel à la générosité du public est ici à la fois outil de réalisation, clarté de l'expression, mise en responsabilisation de tous et de chacun, face à une situation insurmontable seule. Autrement dit, nous ne nous arrêtons pas à la décennie, objet de ce colloque. Pour le SPF, le défi d'aujourd'hui et de demain, réside dans notre capacité à faire entendre ce message et à susciter une adhésion suffisante pour que chacune et chacun y contribue.

- Deuxième axe : La majorité des humains vit mal ou très mal, alors que les richesses produites sont considérables. En Europe même, près de 80 millions de personnes vivent en dessous du seuil de pauvreté, au regard des critères de chacun des pays concernés. Ce pays européen invisible, celui de la pauvreté, traverse tous nos pays. Allons-nous nous en satisfaire, ou nous limiter à ce que prévoit la puissance publique ? Nous ne nous y résolvons pas. Nous maintenons nos moyens habituels de collecte, chez les personnes privées, comme nos initiatives génératrices de ressources, et notre recherche de subventions auprès des instances publiques. C'est la première de nos décisions. Et la deuxième : nous cherchons en même temps où nous tourner, vers qui aller en nous dotant des gardes-fous nécessaires, pour ne pas substituer les moyens aux fins. Aussi nous faisons-nous connaître des entreprises productrices de biens et de services, et nous cherchons à passer avec elles des conventions.

Ces toutes dernières années, nous avons donc passé des conventions avec de grandes entreprises, pour contribuer au financement de nos initiatives importantes, aux retombées

médiatiques croissantes, comme la journée des Oubliés des Vacances ou celle des Pères Noël Verts. Les financements obtenus nous aident à assumer l'augmentation des besoins et les entreprises se font connaître dans des dispositions positives. Nous entendons développer cette démarche, laquelle suscite un intérêt croissant des entreprises au titre de la Responsabilité Sociale des Entreprises.

Enfin, nous avons décidé de nous saisir des possibilités offertes par les fonds de dotation, champ dans lequel le SPF n'était pas nécessairement attendu, y compris dans ses propres rangs. Nous peaufinons nos statuts pour déclarer le premier d'entre eux, fin octobre 2009. Là encore, nous prévoyons de faire appel à la générosité du public pour abonder ce fonds, et d'autres à venir, de sorte que les intérêts recueillis aident à pérenniser les activités qui nous semblent plus difficiles à financer que d'autres.

- Troisième axe : nous voulons contribuer à créer les conditions pour que personne de ceux qui sont aux commandes ne puisse s'exonérer d'agir. Le défi à relever passe par le développement sans précédent de l'éducation populaire, en France, en Europe et dans le monde. C'est ce qui permettra, à notre sens, à ce que chacun se prenne en charge et comprenne que la générosité n'est pas un supplément d'âme, mais une conception bien comprise de ce que veut dire « humanité » et « développement durable ».

Je vous remercie.

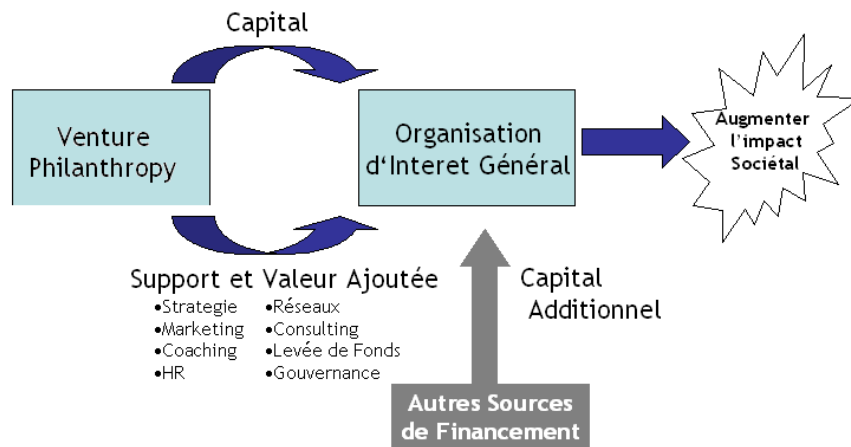
#### **Serge Raicher, Président de l'European Venture Philanthropy Association (EVPA)**

On m'a demandé de répondre rapidement à cinq questions sur la Venture Philanthropy (VP) :

- C'est quoi ?
- Qui en bénéficie ?
- Qui la finance ?
- Exemple pratique ?
- Comment en savoir plus ?

Tout commence comme pour toute philanthropie, par une organisation d'intérêt général, qui va être une association ou une entreprise à caractère social, et qui cherche à avoir un impact sociétal. La VP a un objectif simple : en agissant SUR l'organisation en tant que telle, non pas en finançant des projets, essayer que chaque euro levé par cette structure, aille un peu plus loin, en augmentant l'impact sociétal de cette structure.

Comment on s'y prend ? D'abord, il faut évidemment donner de l'argent, ce que nous appelons de « l'investissement ». Ce terme peut porter à confusion, car dans 95% des cas, c'est bien un don. Mais dans certains cas, il peut s'agir d'un prêt, d'une prise de participation au capital si c'est une entreprise sociale. Et à côté de cet apport, on amène de la valeur ajoutée, des services qui peuvent être très variés : stratégie, marketing, coaching, ouverture de réseaux, gouvernance, ...



Source : Extrait du power point de présentation de Serge Raicher le 8 octobre 2009.

Parce qu'il y a ces implications, d'une part en argent, d'autre part en services, et cela s'inscrit dans la durée, d'autres sources de financement sont intéressées à co-investir à côté de la VP. Elles vont traditionnellement davantage financer les projets, mais voyant que certains financent le fonctionnement et cherche à l'améliorer, elles ont l'impression qu'elles apportent ici une complémentarité dans les sources de financement et dans les valeurs ajoutées, des uns et des autres.

Donc, cette Venture Philanthropy, permet de démultiplier l'impact financier par le niveau d'engagement et la valeur ajoutée apportée au fil du temps.

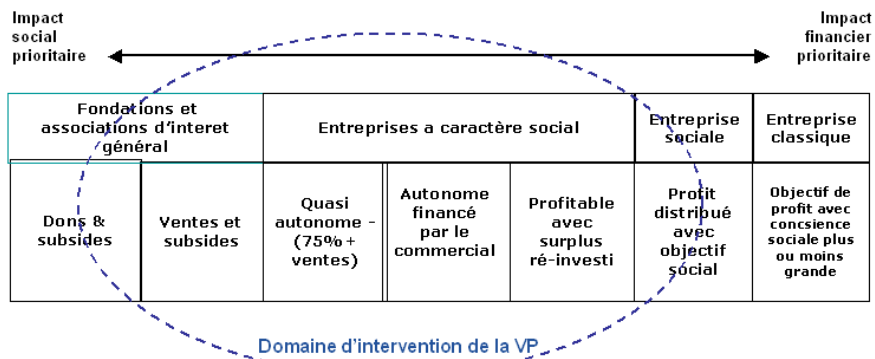
Nous avons essayé de définir la VP : « La venture philanthropy est une activité non lucrative utilisant les principes du capital investissement afin d'accroître l'impact social » .

Elle a plusieurs caractéristiques :

1. Fort engagement des donateurs / investisseurs
2. Financement adapté à chaque organisation, en suivant un business plan sur la durée
3. Engagement pluri annuel tant financier (généralement sur trois ans et conditionnel à des étapes) que non financier
4. Développement organisationnel (nous investissons dans le fonctionnement en se disant que c'est grâce à un meilleur fonctionnement que chaque euro levé pourra avoir un impact plus fort)
5. Mesure d'impact (il y a trois raisons pour mesurer son impact : faire du reporting ; pour justifier qu'on a raison de nous donner de l'argent, c'est alors un outil de marketing ; soit pour savoir ce qu'on fait de bien et de mal et prendre des décisions en conséquence. Les trois sont importants et non concurrentiels, mais la manière de mesurer l'impact sera différente.)

Qui peut bénéficier de la VP ?

## Evolution du secteur non marchand et des modes de financement



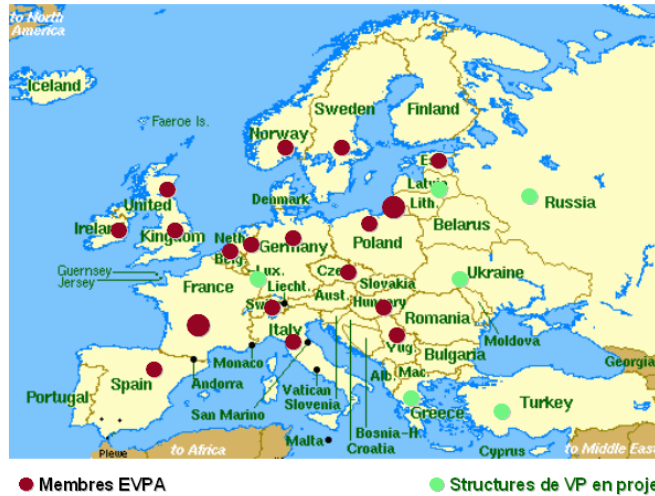
D'après Bridges Ventures

Source : Extrait du power point de présentation de Serge Raicher le 8 octobre 2009.

Voici l'exemple d'une entreprise à caractère social : un café au Vietnam est une entreprise, mais n'embauche que des jeunes filles et garçons issus de la rue, de la prostitution, pour les réinsérer.

Il existe donc des modèles très différents, et la VP ne cherche pas à distinguer les « bons » et les « méchants ». On va également travailler avec les entreprises classiques, mais évidemment sans les financer. En revanche, nous allons pouvoir travailler avec tout le spectre des autres types d'organisations.

Je voudrais également casser un mythe concernant la VP : il ne s'agit pas de « cow-boys » américains qui débarquent, même si on ne s'est pas posé la question de traduire le terme. Cela se fait partout en Europe, y compris dans les économies émergentes. Nos 117 membres viennent de 21 pays : vous pourrez en voir la liste sur notre site [www.evpa.eu.com](http://www.evpa.eu.com).



Source : Extrait du power point de présentation de Serge Raicher le 8 octobre 2009.

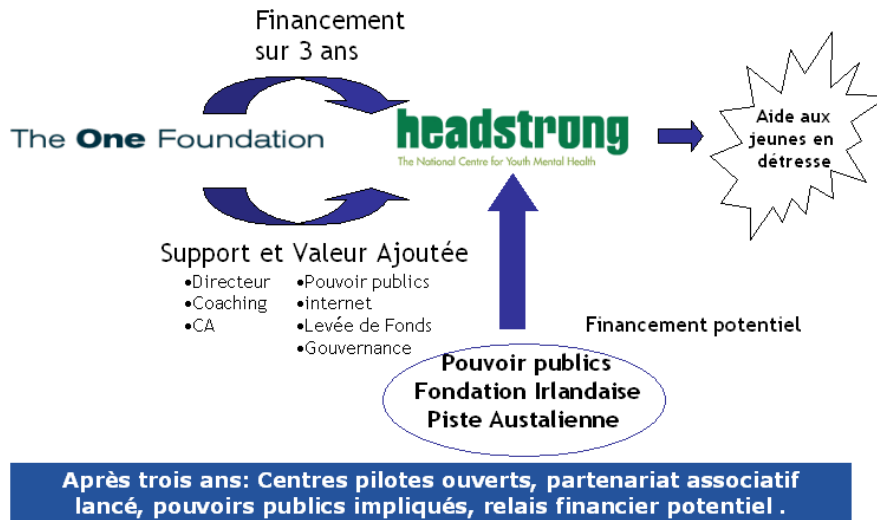
Nous avons une douzaine de membres en France : Soit ils font eux-mêmes de la VP, soit ils financent directement ou indirectement de la VP, soit ils donnent du conseil, généralement de manière gratuite.

Pour répondre à la question de la mise en pratique, je vais prendre un exemple en Irlande, à travers le fond de VP qui s'appelle la Fondation One et qui a pour mission d'aider les jeunes en détresse. Il y a malheureusement en Irlande un taux de suicide des jeunes très élevé par rapport au reste de l'Europe, et ils ont essayé d'investir avec des associations, dans ce secteur. Après avoir passé du temps à identifier les acteurs et la façon dont ils travaillent, ils ont fini par constater que généralement les gens travaillaient bien, mais étaient confrontés à deux problèmes :

- Le premier concernait le cloisonnement des acteurs, pourtant très nombreux.
- Et le deuxième problème : un jeune qui ne va pas bien, n'essaie pas de se perdre dans les méandres administratifs ou associatifs.

Donc, plutôt que de financer l'une de ces structures, la fondation One s'est dit qu'elle pouvait apporter de la valeur en créant une structure qui aurait deux objectifs : être un point d'entrée pour les jeunes, ensuite orienter ces jeunes vers ces structures qui font bien leur travail, et faciliter le dialogue entre ces structures. Ils ont donc créé la structure qui s'appelle « Headstrong » et ont bâti un business plan sur trois ans pour son financement, conditionné à des étapes pré-déterminées. Ils ont aussi décidé d'apporter de la valeur ajoutée notamment en recrutant un directeur motivé pour passer son temps à faire ce qu'il aimait faire, plutôt que de chercher des financements pour le faire, et par le réseau qui se mettait en place autour de lui. La fondation One a également aidé à bâtir un Conseil d'administration, dans lequel ils se sont eux-mêmes investis. Headstrong voulait aussi s'investir sur Internet, sachant que les jeunes y ont massivement recours. La Fondation One a contacté en Australie une ONG, Reach Out, spécialisée dans ce support pour les jeunes en détresse. Reach Out s'est finalement implantée en Irlande, avec le financement de la fondation, et en partenariat avec Headstrong.





Source :Extrait du power point de présentation de Serge Raicher le 8 octobre 2009.

Pour conclure, la VP est un modèle parmi d'autres. Pour ceux qui veulent en savoir plus, ils peuvent contacter l'EVPA ou l'un de ses membres. Il y a également la conférence annuelle sur le sujet de l'entrepreneuriat social les 17 et 18 novembre à Amsterdam.

### **Barbara de Colombe, Déléguée générale de la Fondation HEC**

Frédéric m'a demandé de vous parler de l'exemple de la Fondation HEC, notamment dans la démarche innovante que nous avons eu en lançant une campagne de dons de 100 millions d'euros sur 5 ans. Juste pour rappel, la Fondation HEC est une fondation reconnue d'utilité publique, créée en 1972, avec une double mission :

- **Apporter les besoins de financement complémentaires pour HEC Paris** : bourses d'étude, projets de recherche, recrutement d'enseignants-chercheurs, matériel pédagogique, marque et communication, infrastructures...
- **Construire une base de financements pérennes** : Revenus annuels de 8 à 10M€ ; Dotation capitalisée de 6 M€ (*Endowment*) ; Comité des risques gérant le placement des fonds ; Projet de création de fondation abritante.

Nous avons construit un business plan qui nous permet d'avoir une vision claire de nos besoins sur 5 ans, et même au-delà. HEC est financé à 17% par des fonds de la Chambre de commerce et le reste par des revenus propres.

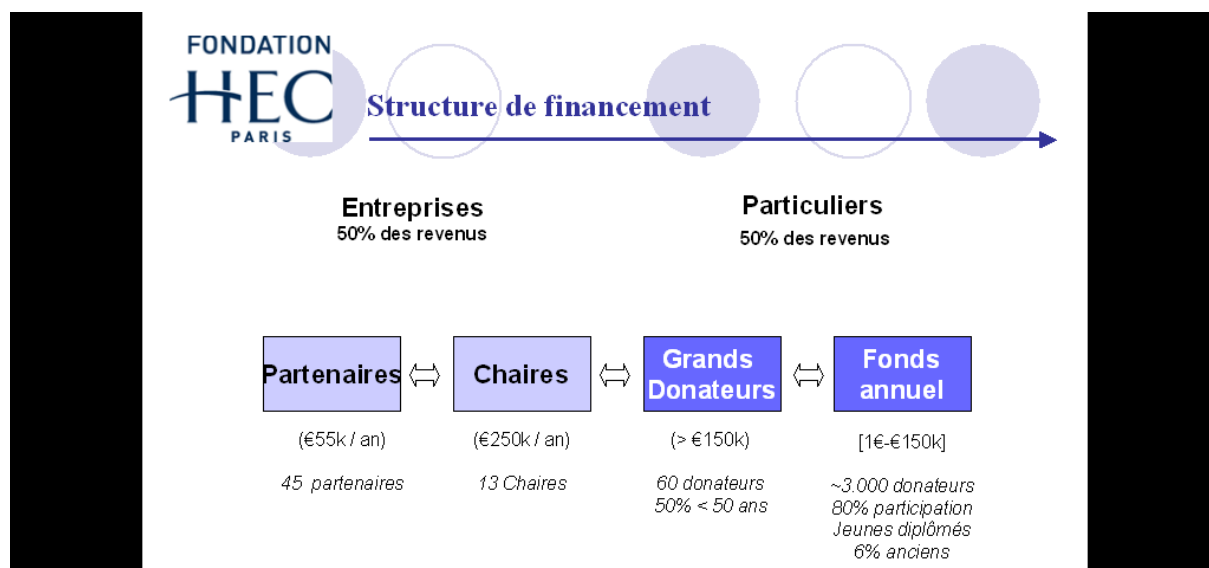
Aujourd'hui, en septembre 2009, nous avons 52 millions d'euros de promesses de dons, accumulés depuis 2 ans : 50% provient des entreprises, 50% de personnes physiques.

Nous avons déposé un dossier au Ministère de l'Intérieur pour devenir fondation abritante pour permettre à des personnes physiques de créer leur fondation personnelle et pour augmenter notre capacité à recevoir des legs.

Nous sommes une équipe de 7 permanents. Beaucoup de nos donateurs sont impliqués dans des comités qui revoient l'allocation des projets qu'on finance et mesurent l'impact. Ils ont envie de s'investir dans la structure et son fonctionnement, ce qui rejoint ce que disait Serge.

Avec les entreprises, nous avons deux niveaux de partenariat : des partenaires et des chaires, les deuxièmes représentant des budgets plus importants d'1 million sur 4 ans. Ce sont des

partenariats dans la durée. De même avec les personnes physiques, nous avons créé un fonds annuel, qui est la traduction « d'annual fund » : on cherche à encourager la culture du don à tous les niveaux, quels que soit l'âge, le secteur ou les moyens.



Source : Extrait du power point de présentation de Barbara de Colombe le 8 octobre 2009.

Les jeunes qui sortent d'HEC sont sensibilisés sur le besoin de financement de la fondation, mais plus largement du secteur de l'enseignement et de la recherche. 80% d'entre eux font un don. On a également mis en place une stratégie d'approche des grands donateurs, qui vont également développer une relation de long terme avec la fondation. 80% des fonds qu'on lève, viennent de 20% des donateurs.

C'est donc à la fois cibler ceux qui auront le plus d'impact d'un point de vue financier, mais aussi ne pas oublier la « base » de la générosité, et encourager chacun à faire un don.

Concernant notre vision des dix ans à venir, je partage l'avis des optimistes, même si on voit l'impact de la crise sur la générosité dans les pays anglo-saxons. Voici juste deux chiffres :

- **Philanthropie aux Etats-Unis**
  - ▶ Dons en 2007: 306 milliards \$
  - ▶ Actifs fondations : 670 milliards \$
  - 74% proviennent des individus

Source : Rockefeller Philanthropy Advisors, dec. 2008 et Foundation Center 2008

- **Philanthropie en France**
  - ▶ Dons en 2007 : 5 à 6 milliards €
  - ▶ Actifs fondations : 10 milliards €

Source : Fondation de France 2007

Beaucoup d'études existent et montrent que la taille des actifs des fondations en France est vouée à croître et que les sources des dons vont continuer à se diversifier, avec un potentiel important auprès des personnes physiques. L'évolution de la philanthropie aux Etats-Unis donne de l'espoir!

Il existe néanmoins des contraintes :

- la concurrence est renforcée sur le mécénat d'entreprise ;
- à court terme, le nombre d'acteurs qui se mettent à faire de la levée de fonds et de l'appel à la générosité du public augmente très vite ;
- l'exigence des entreprises est accrue, elles sont en attente de « retour sur investissement » ;

- les donateurs sont de plus en plus matures et exigent de voir la traçabilité de leur don et l'impact social des projets qu'ils soutiennent.

A ces contraintes, on peut aussi répondre par de nouvelles opportunités :

- 1 Français sur 2 est donateur, il en reste 50% à convaincre ! Je pense qu'on peut compter sur la croissance du « marché » de la philanthropie individuelle (croissance du nombre de mécènes, croissance du nombre d'acteurs, professionnalisation des équipes de collecte).
- Développement de nouveaux partenariats entre les organisations des secteurs caritatif, éducatif et recherche.
- Nouvelles formes de philanthropie individuelle dans un système fiscal très compétitif (fonds de dotation, fondation personnelle de mécène, venture philanthropy, partenariats transfrontaliers).
- Professionnalisation des stratégies de mécénat d'entreprises, création de nouvelles fondations d'entreprises (par exemple le nouveau fonds Axa de 100 millions d'euros pour financer des projets de recherche pluriannuels).
- Nouveaux outils de collecte à coût réduit, maximisation des réseaux sociaux web2.0 et collecte interactive en ligne.

Donc, globalement, je suis optimiste !

### **Frédéric Naquet, animateur**

Merci à nos quatre intervenants. Rapidement, on pourrait opposer l'aspect social et humain que Henriette Steinberg nous a présenté, et l'aspect plus froid et financier que nous ont présenté Barbara et Serge, mais en fait, je crois qu'il n'y a pas du tout d'opposition entre les comportements et les volontés de chacun autour de cette table. Il s'agit pour chacun de voir comment, dans les dix prochaines années, on va pouvoir marier les nouveaux outils économiques avec les volontés de développement social telles qu'on les connaît dans le secteur caritatif en France.

Mais c'est vrai que le vocabulaire de Serge peut surprendre ! Le donateur est un « investisseur », on parle de « coaching », de « valeur ajoutée », etc... C'est un vocabulaire très économique, très moderne, mais qui ne se démarque pas de l'objet social de l'action. Je crois qu'il ne faut pas avoir peur d'utiliser des mots des années 2009-2010 pour parler des actions des associations françaises. Il faut savoir organiser ce mariage aujourd'hui entre le discours, la méthode et les nouveaux moyens. Nos intervenants nous ont démontré qu'il existait du potentiel, de l'argent, une réelle volonté, un réel « marché » encore à exploiter et des nouveaux « produits ».

L'heure est maintenant au débat avec la salle.

### **Olivier Fannius, contrôleur au Comité de la Charte**

Ma question s'adresse à Madame Steinberg. Vous vous êtes doté d'un ou plusieurs fonds de dotation. Je voulais savoir quel était l'avantage et comment cela se coordonnait avec l'association du SPF ? Est-ce que cela vous a permis d'élargir la base des donateurs ? Leur profil est-il différent et est-ce que la mission sociale confiée à ces fonds de dotation est différente de celle de l'association ?

### **Henriette Steinberg, SPF**

D'abord, nous n'avons pas encore plusieurs fonds de dotation ! Nous l'espérons, mais pour l'instant nous en sommes à la constitution du premier, dont les statuts sont en ce moment à l'examen d'un cabinet d'avocats spécialisés, pour pouvoir être déposés à la fin du mois d'octobre 2009. Il s'agit d'un fond de dotation scientifique et solidaire, dont l'objet est

d'apporter une contribution financière à des étudiants dont les ressources personnelles ne permettent pas de développer leurs connaissances dans des domaines scientifiques précis, en priorité, les sciences dures. Ce choix est la résultante d'un legs important que nous avons reçu d'une donatrice. On est à la fois dans l'objet social du SPF et dans le respect strict d'une demande d'une donatrice, qui a légué dans ce sens. Pour ce qui est du lien avec le SPF, nos statuts prévoient que les personnes qui vont être au conseil d'administration de ce fonds de dotation seront nommés par le conseil d'administration du Secours Populaire. Il y est adjoint un comité consultatif de professionnels émérites pour contrôler qu'il y aura bien l'application de l'usage des fonds.

### **Patrice Bedouret, Solidarité Laïque**

Je suis fundraiser la journée et Maire adjoint aux finances le soir et le week end, dans une petite ville de 52 000 habitants de la région parisienne. Je reçois très souvent des associations de ma ville, et peux confirmer qu'il va être de plus en plus difficile de les aider. La dernière Loi de finances sera particulièrement difficile pour les municipalités...

Je ne parle pas des grandes associations qui se sont effectivement professionnalisées et ont développé les moyens de faire du fundraising, mais bien des petites associations qui ne connaissent pas du tout les rudiments des moyens pour aller chercher de l'argent. Elles ne savent rien du mécénat d'entreprise par exemple. Ma question s'adresse à André Hochberg : Dans le cadre de campagne de sensibilisation, n'y a-t-il pas une priorité à avoir en direction de ce secteur associatif en terme de formation ?

### **André Hochberg, France Générosités**

Je crois que la réponse n'est pas si facile, parce que pour faire du fundraising, il faut quand même une petite organisation et des professionnels. N'importe qui, même de bonne volonté, n'est pas apte à faire du fundraising. D'après l'étude de Viviane Tchernonog<sup>2</sup>, il y a en France environ 1 100 000 associations vivantes. Nous en avons 68 dans notre Union nationale des organismes qui font appel à la générosité publique, et nous représentons 66% des dons... On voit bien que les grandes associations captent le plus gros des dons, mais dans celles-là il peut y avoir jusqu'à 12 personnes qui travaillent sur la collecte... Pour les petites associations, la difficulté est qu'elles tiennent physiquement par les subventions. Sur les 60 milliards que représente le secteur associatif aujourd'hui, seulement 5 milliards concernent le secteur privé... L'objectif est clairement de faire monter ce chiffre, mais aujourd'hui la réalité c'est que l'immense majorité des petites associations ne vit que de trois choses : des subventions de leur municipalité, du mécénat d'entreprises locales (PME locale, filiale de banque...) et du bénévolat.

Donc, pour faire ce que vous demandez, il faudrait qu'elles se regroupent, et cela nous ramène à la notion de partenariat. Si on prend l'exemple du SPF : 4000 implantations en France. C'est beaucoup, mais il y a encore beaucoup plus d'associations indépendantes, qui se débrouillent seules. Il est probable que nombre d'entre elles auraient intérêt à rejoindre le SPF, ou le Secours Catholique, ou le Secours Islamique... Je crois cette notion de partenariat essentielle pour l'avenir.

### **Sylvie Tsyboula, Tiers Secteur Consulting**

Cette myriade de petites associations, c'est tout de même la manifestation de la volonté de participer et de donner, et c'est le ferment sur lequel prolifèrent les grandes associations ! Il existe un dispositif national gratuit qui peut très bien aider ces petites associations pour les fonctions d'administration, de recherche de fonds, de structuration : ce sont les Dispositifs

---

<sup>2</sup> Tchernonog V. (2007), Le paysage associatif français - Mesures et évolutions - Juris Associations / Dalloz

locaux d'accompagnement (DLA). On les trouve dans tous les départements. C'est aussi l'occasion pour les associations qui y suivent des formations collectives, d'en rencontrer d'autres et peut-être de jouer cette première étape de la collaboration.

### **Eric Dutertre, agence Excel**

Je voulais saluer la vision très optimiste sur l'avenir du fundraising, de l'ensemble de la table ronde. Je m'interroge cependant sur l'encombrement accéléré du secteur. On est passé en peu d'années, de trois types de statuts de fondation, à huit. Ce mouvement va probablement continuer, des domaines entiers de l'intérêt général qui étaient financés par l'Etat, tombent aujourd'hui dans le domaine de la philanthropie et de la collecte de fonds. Depuis, le 16 mars dernier, l'audiovisuel public est autorisé à collecter des fonds... On est bien dans un univers qui est en train d'exploser, or on est aussi dans un pays qui n'est pas préparé culturellement, fiscalement à appréhender cet ensemble d'appels aux financements privés.

J'ai donc un peu le sentiment que l'on va se retrouver dans les dix prochaines années confrontés au nombre de secteurs et d'acteurs qui vont appeler des fonds (les entreprises sont aujourd'hui les premières sollicitées de toute part, et cela dans un temps très court). Il peut y avoir une confusion des rôles dans le large spectre que Serge Raicher a décrit tout à l'heure, allant du très associatif au très économique, en passant par l'économie sociale et solidaire, avec une perte de repères pour les uns et les autres. Tout est précipité et on peut peut-être s'attendre à un choc culturel...

### **André Hochberg, France Générosités**

Je partage cette analyse. On vit un tel moment de précipitation que notre dernier adhérent est le Ministère des Affaires culturelles...enfin il est adhérent associé. Mais on voit bien que l'Etat et les collectivités territoriales donnent moins et qu'en plus ils font naître de nouveaux acteurs très lourds. C'est pour cela que nous et France Bénévolat insistons tellement pour que la générosité soit déclarée grande cause nationale l'année prochaine.

### **Serge Raicher, EVPA**

Il ne faut pas oublier le profil de certains bénévoles : Ici un ancien directeur de marketing à la retraite, là une ancienne comptable sont des gens qui, très souvent, vont pouvoir ouvrir des portes et apporter le professionnalisme, sans nécessairement être impliqués tous les jours.

### **Frédéric Naquet, animateur**

J'apporterais juste un petit bémol, pour être moi-même bénévole depuis un certain nombre d'années, pour dire combien il est difficile quand on vient de quitter le milieu professionnel de se plonger dans le milieu associatif sans rien n'y connaître. Cela demande un certain temps, en plus de la bonne volonté et de la compétence professionnelle liée à d'autres métiers. Il faut comprendre la spécificité du secteur associatif au niveau des valeurs et du fonctionnement. Cela implique aussi qu'il y ait un budget de formation dans les associations pour aider les nouveaux bénévoles à s'immerger.

Aujourd'hui il faut trouver un compromis entre jeunesse, compétence et temps libre.

### **Béatrice de Durfort, Centre Français des Fondations**

Je voudrais évoquer la possibilité en France d'avoir des fondations redistributives à caractère territorial, qui sont connues aux Etats-Unis sous le terme de « Community Foundation ». Nous avons commencé quelques travaux sur ce sujet au sein du CFF. Il me semble qu'elles représenteraient une opportunité pour répondre au souhait de s'engager par le don local, qu'il me semble important de respecter, et il est pourtant difficile de savoir donner bien localement pour le tout venant : les grandes associations sont plus thématiques que locales.

Donner localement avec une redistribution ciblée, c'est plus rare et je pense qu'il y aurait un vrai travail, sur lequel l'EVPA pourrait s'engager ! Je crois qu'il manque là une articulation, également pour les petites associations qui ne peuvent pas se disperser pour trouver quels sont les particuliers, puis quelles sont les entreprises qui peuvent donner, au détriment de leur mission locale. Il y a trop de risque à perdre le réseau local des toutes petites actions menées par les bénévoles. Il serait plus simple qu'elles s'adressent à un collecteur local, qui pourrait être également un partenaire des collectivités.

**Frédéric Naquet, animateur**

Je crois qu'on partage tous cette suggestion.

**Henriette Steinberg, SPF**

Non, on n'est pas tous d'accord ! Pour ce qui nous concerne, nous ne pensons pas que les mesures qui poussent la puissance publique à laisser la place au secteur privé doivent être encouragées. Nous pensons exactement l'inverse ! La puissance publique doit assumer son rôle et nous, SPF, nous nous situons comme aiguillon des pouvoirs publics. Donc je ne peux pas laisser penser que le Secours Populaire pourrait être d'accord avec la proposition que soient mises en place au niveau des collectivités territoriales des fondations redistributives à caractère territorial pour faire ce que la puissance publique dégage en touche !

**Béatrice de Durfort, Centre Français des Fondations**

Je comprends votre point de vue et le partage entièrement. Je dis simplement qu'il est dommage que le réseau des micro-associations, qui est le lieu de la solidarité et du social, rentre dans une course éperdue pour trouver chacune individuellement leurs donateurs. Et pour les gens qui ont envie d'organiser localement leur aide, ces fondations peuvent être un outil permettant cette combinaison, à un moindre coût d'ailleurs, car il faut aussi regarder le coût de la recherche de fonds pour les associations et pour les donateurs. Ce n'est donc pas dans le sens d'un remplacement des collectivités ou de l'Etat, mais dans celui de la possibilité d'organiser et de simplifier une stratégie.

**Jacques Vantalou, Commissaire au Comité de la Charte**

Je voulais seulement attirer votre attention sur le mariage entre la compétence et le bénévolat qui est représenté par le corps de contrôle du Comité de la Charte !

**Barbara de Colombe, Fondation HEC**

Je signale juste que l'Association Française des Fundraisers fait des formations très bien et tout à fait accessibles financièrement. Ces formations permettent d'avoir la boîte à outils de la collecte de fonds.

**Serge Raicher, EVPA**

La Venture Philanthropy est un outil dans une boîte à outils. Les personnes qui sont amenées à participer dans la VP sont aussi des personnes susceptibles d'avoir un certain niveau d'implication dans le don. Leur profil est différent des anciens grands donateurs, et ils veulent souvent s'investir avec leur fibre entrepreneuriale...

Je crois que le véritable objet de cette table ronde n'est pas de savoir si on va tous se bagarrer pour partager le même gâteau, mais de savoir comment amener les autres 50% de Français à donner, et les autres à donner plus ou autrement, car donner du temps c'est aussi donner, et parfois, cela a beaucoup plus de valeur.

**Stéphane Buthaud, Enfants & développement**

Dans la « boîte à outils », je voudrais aussi évoquer le modèle qui s'appelle « social business » qui est promu par Mohammed Yunus, inventeur du micro-crédit. Je crois que c'est aussi un modèle d'avenir peu connu, par lequel vous attirez des investisseurs pour permettre de développer un service, un produit, qui a un impact social très fort. En fait, vous ne rémunérez pas l'investisseur en retour financier, mais en capital social. C'est par exemple le modèle choisi par Danone avec Mohammed Yunus pour créer « Danone Communities ».

**Serge Raicher, EVPA**

Tout ce qui touche à l'entrepreneuriat social est effectivement très intéressant à mettre en avant et je me réjouis que de plus en plus d'écoles comme HEC créent des chaires spécifiques sur ce sujet. Voir sortir des jeunes aujourd'hui qui choisissent cette voie, créent une entreprise avec un objet social et une autre idée de la réussite que celle de la réussite financière pure, est tout à fait encourageant. Je pense qu'on verra dans les dix prochaines années les vrais succès de ce modèle.

**Frédéric Naquet, animateur**

Merci à tous pour votre participation, en vous souhaitant un bon appétit.