

COMMENT ALEXANDRE MARS  
VEUT CHANGER LA PHILANTHROPIE

# Bonne fortune

À 17 ans, il créait sa première boîte. Aujourd'hui la quarantaine et millionnaire, Alexandre Mars n'a pas perdu la fibre entrepreneuriale, mais la met au service du social. Le Français émigré à New York investit dans les technologies pour réinventer la philanthropie. « Donner plus, donner mieux » : c'est le slogan de la Fondation Epic qu'il a créée en 2014 pour booster la générosité du grand public. Rencontre avec celui que certains surnomment déjà le « Bill Gates français ». *Propos recueillis par Sarah Diep / Photos : Erwan Floc'h*

**P**asser du monde des affaires à celui de la philanthropie, était-ce vraiment naturel ? En fait, la transition a été très facile parce que ce n'était pas un tournant pris au dernier moment ; ça a été longuement mûri. Et puis je dirige toujours une start-up ! Philanthropique, certes, mais ce que je fais avec la Fondation Epic est similaire en tout point à ce que j'ai fait des années durant en dirigeant des entreprises. D'abord dans la démarche de base : nous avons réalisé une étude de marché, rencontré des gens, posé des questions. Puis nous avons embauché les bonnes personnes et développé les produits les plus adaptés à la demande. C'est ce qui fait que cela fonctionne aujourd'hui : ça répond aux lois de l'offre et de la demande ! La différence, c'est que nous n'avons pas de *business model*. Nous ne prenons aucune commission sur notre travail. Nous voulons que 100 % des dons reçus puissent aller vers les organisations sociales. Je finance donc l'ensemble des coûts opérationnels d'Epic.

## Quels « produits » avez-vous élaboré pour remettre la philanthropie au goût du jour ?

Premièrement, nous offrons une sélection gratuite des meilleures organisations qui luttent pour la protection de l'enfance en Europe de l'Ouest, aux États-Unis, au Brésil, en Afrique de l'Est, en Inde et en Asie du Sud-Est. Chaque année, nous recevons des centaines de candidatures. Pendant six mois, nous les analysons, nous échangeons avec elles, puis nous nous rendons sur place pour rencontrer les finalistes. Et nous en choisissons entre 10 et 20 par an. Le deuxième produit, c'est l'utilisation de la technologie pour mieux connecter et tracer son don. Tout d'abord à travers notre application mobile. Un fil d'actualité quotidien permet aux donateurs d'avoir les dernières informations concernant nos organisations. On peut aussi y mesurer l'impact de ses dons avec des statistiques – le nombre de repas servis, de vaccins donnés... Enfin,

nous pensons que nous pouvons améliorer l'engagement. Pour cela, nous proposons des films en réalité virtuelle (VR), réalisés sur le terrain. Quand tu apprends qu'un gamin né à Dharavi en 2016 [bidonville de la banlieue de Bombay, ndlr] a une espérance de vie de seulement 39 ans, tu te dis « *c'est dur* », et deux minutes plus tard, tu as oublié. Il faut le voir en vidéo à 360 degrés pour comprendre ce qui se passe et passer à l'action. L'immersion *via* la réalité virtuelle répond à ce besoin. En octobre, on lance aussi une plateforme de crowdfunding pour démocratiser la philanthropie auprès du grand public.

## Comment garantissez-vous aux investisseurs que leur argent est bien utilisé ?

En répondant parfaitement à leur besoin : obtenir une meilleure transparence, une plus grande traçabilité et une plus forte connexion humaine. Et ceci est vrai tant pour les particuliers que pour les entreprises. Nous avons ainsi mis en place un monitoring particulièrement structuré : nous évaluons les organisations sur 15 critères grâce à nos outils ; nous faisons un point poussé avec elles tous les trimestres ; et nous leur rendons visite au moins une fois par an.

## Qu'est-ce qui n'allait pas dans la philanthropie traditionnelle ?

C'est un marché qui n'a pas évolué avec son temps. Il y a dix ans, c'était très bien de donner un chèque et de recevoir une brochure une fois par an en retour. Dans le monde d'aujourd'hui, où toutes les informations sont accessibles en temps réel, les gens n'adhèrent plus à ce système. La plupart donnent pour une cause sociale, mais quand on leur demande « *pensez-vous avoir donné su samment ?* », ils répondent par la négative. Ils aimeraient faire plus mais ne le font pas, parce que 1) ils ne savent pas à quelle organisation se fier ; 2) il n'existe aucun système de traçabilité des dons ; 3) ils manquent d'engagement. Toutes ces raisons expliquent que les

A man with short grey hair and blue eyes, wearing a light blue and white striped button-down shirt, blue jeans, and red sneakers with blue laces, is sitting on a white stool with a purple seat. He is smiling and looking directly at the camera. His hands are clasped in his lap. He is wearing two black wristbands. The background is a blurred city square with buildings, arches, and outdoor seating with red umbrellas.

**“La philanthropie est un marché qui n’a pas évolué avec son temps.”**

Après avoir fondé de nombreuses start-up dont Phonevalley (2001), agence de marketing mobile, puis Scroon (2006), spécialisée dans les réseaux sociaux, et les avoir respectivement vendues à Publicis en 2007 et BlackBerry en 2013, **Alexandre Mars** est devenu millionnaire. L'occasion parfaite pour lancer la Fondation Epic, « *start-up philanthropique* » qui œuvre depuis deux ans pour la protection de l'enfance et de la jeunesse à travers le monde. Le principe : mettre en relation les nouveaux philanthropes avec des organisations sociales triées sur le volet. Considérant le sport comme l'un des moyens de parvenir à plus d'égalité, l'entrepreneur vient de rejoindre la candidature de Paris aux Jeux olympiques de 2024 en tant que président du comité consultatif « Sport et société ».



## “En France, on me dit souvent « je suis philanthrope car je paie mes impôts ».”

les politiques, les maires, les régions, pour parvenir à des effets d'échelle importants.

### En quoi la philanthropie en France est-elle différente de celle aux États-Unis ?

Les Américains communiquent plus sur ce qu'ils font parce que cela fait partie de leur culture. Il y a davantage de donateurs et les individus tirent une grande fierté de leurs succès. Mais ce qui est bien, c'est que les « millenials » sont transfrontaliers. D'un pays à l'autre, c'est la même façon de penser ; donc cela évolue partout très rapidement. Au Royaume-Uni, l'organisation *Founders for Good* invite les nouveaux entrepreneurs, qui ne peuvent pas encore se permettre de reverser 1 % de leurs profits (car ils n'en ont pas), à promettre de s'acquitter d'un montant équivalent à 2 % de leurs actions pour des causes sociales lorsque l'entreprise sera vendue, même si cela ne se produit que dans dix ans. Epic a d'ailleurs signé un partenariat avec eux. C'est un modèle de plus en plus répandu.

### La Fondation Epic est financée à 100 % par vos propres fonds (un peu moins de 2 millions de dollars par an). C'est un modèle difficilement répliquable par d'autres...

Nombreux sont ceux qui ont les moyens ! J'utilise 90 % de mon temps pour tenter d'avoir le maximum d'impact sur la société. Les 10 % restants, je dirige mon fonds d'investissement, *Blisce*. L'argent que j'ai gagné en vendant mes anciennes entreprises est essentiellement investi dans des start-up technologiques : *Spotify*, *Pinterest*, *BlaBlaCar*...

### Faire du business est-il le moyen le plus efficace d'avoir un impact ?

Personnellement, je me suis toujours dit que j'arriverais à maximiser mon impact si j'avais les moyens de mes ambitions. Il est évident qu'un entrepreneur social a un impact considérable. Mais l'idée, c'est que chacun trouve « son » succès, et ça ne se calcule pas en nombre de zéros sur le compte en banque. En France, il faut mettre davantage en avant ceux qui réussissent – et pas seulement parce qu'ils sont riches –, mais tous ceux qui font quelque chose de leur succès. Réussir doit être un objectif ! Personne n'a envie d'aller pointer au chômage. Avec Epic, on cherche justement à établir un lien entre celui qui veut réussir sa vie et les opportunités qu'il a d'agir pour le bien de la communauté. Pas besoin d'être *Bill Gates* ni de travailler à *ATD Quart Monde*. Le sport, par exemple, est un facteur incroyable d'insertion. On peut agir à tous les niveaux. Le monde de demain sera social ou ne sera pas. ☺

chiffres stagnent, que l'on ne constate pas de véritable augmentation en matière de dons, alors même que nos sociétés sont de plus en plus riches. En France, on me dit souvent « je suis philanthrope car je paie mes impôts ». Cela me fait sourire : ça, c'est notre devoir de citoyen, mais notre devoir d'homme, c'est d'essayer de faire plus. L'État ne peut plus tout faire, donc il faut s'adapter. C'est la grande mission de la société civile.

### Alors, c'est quoi être philanthrope aujourd'hui ?

Le philanthrope qui a son nom sur la porte de l'université ou de la bibliothèque, c'est fini. Aujourd'hui, la philanthropie se situe partout ; si tu donnes un euro à une cause digne de ce nom, tu es philanthrope. Le monde de demain sera évidemment hyper libéral, mais s'il ne devient pas nettement plus social, on ira dans le mur. Il faut que les individus continuent de chercher la réussite, tout en faisant le bien. La nouvelle génération en est convaincue ; d'ailleurs si les entreprises veulent continuer à embaucher des « millenials » (1), elles ne doivent pas loupier l'innovation sociale. Il nous faut donc des changements systémiques, que le social soit intégré dans la culture d'entreprise. Elles peuvent donner 1 % de leurs profits par exemple. Certains restaurants proposent de donner un euro supplémentaire à la fin de son repas, c'est indolore. *Cojean* reverse 10 % de ses bénéfices à des causes sociales, et ne communique même pas sur son action ! Enfin, il faut travailler main dans la main avec

(1) *Millenials (ou millennials)* pour enfants du millénaire ou génération Y.