



THE GOOD WORLD

THE GOOD MIND

# Alexandre Mars



## Faire du don... une norme

Alexandre Mars renverse les codes de la philanthropie. Epic, sa cinquième start-up créée en 2014 et implantée dans sept pays, propose des solutions innovantes pour généraliser le don. Cet entrepreneur activiste milite pour une révolution du partage dans un monde où les inégalités se creusent.

Par Catherine Trocquemé



1

**Pour parler du don**, Alexandre Mars n'a pas peur d'invoquer le « *design thinking* », le « *bottom-up* », les « effets de levier » et l'« *open innovation* ». Des mots barbares de la révolution numérique nés dans la Silicon Valley. Dans un monde de ruptures, ce serial entrepreneur de la nouvelle économie veut créer une philanthropie disruptive. Face à des inégalités plus marquées que jamais, il cherche à changer la culture du don. Pour cela, il n'hésite pas à casser les codes. En 2014, Alexandre Mars lançait Epic, un ovni dans l'univers encore très institutionnel des ONG et des fondations. A la fois plate-forme de solutions innovantes à l'attention des donateurs, laboratoire d'idées et mouvement mondial, Epic fonctionne comme une start-up, adopte ses méthodes agiles, son approche coopérative et sa culture du résultat. Alexandre Mars est parti d'une intuition. Mais pour définir une stratégie, il a réalisé une étude de marché poussée. Trois ans de rencontres avec les philanthropes, les décideurs, les associations et

les ONG lui ont été nécessaires pour comprendre les freins du don et se forger une conviction. Le temps était venu pour une philanthropie 3.0. Depuis, il ne ménage pas sa peine. De New York, où il habite avec sa famille, il pilote Epic, donne une centaine de conférences par an et parcourt le monde pour soutenir la révolution du partage. Au printemps dernier, le jeune quadragénaire raconte même dans un livre confession ses motivations profondes, son parcours, le scandale des injustices et sa vision d'une nouvelle philanthropie. Devenu riche en créant, aux premières heures d'Internet, des start-up dans le marketing numérique, l'entrepreneur croit à ce qui n'existe pas encore. Mais il sait aussi qu'une révolution culturelle se heurte à des résistances. Il sait qu'il faut expliquer encore et convaincre toujours plus de monde. C'est donc en missionnaire qu'il accorde des interviews et accepte les invitations sur les plateaux de télévision. De passage à Paris, il nous reçoit sur le *rooftop* d'Epic, à deux pas de l'Arc de triomphe. Alexandre Mars manie le tutoiement et claque la bise. On le savait. On est quand même un peu surpris. Mais on comprend aussi que ces codes relationnels inspirés de la Silicon Valley créent une sympathie naturelle, voire une connivence. Une ambiance « cool » accentuée par le décor vintage, les fauteuils club et le Baby-foot installé sur la terrasse panoramique. C'est là que nous nous installons. Très vite, derrière la décontraction affichée pointe la farouche détermination de celui qui se présente comme un « activiste

Ses fonds propres financent le budget d'Epic. Grâce à ce modèle « pur », 100 % des dons récoltés sont reversés aux organisations.

combattant ». Il a attendu d'être suffisamment riche pour s'engager pleinement dans une cause à laquelle il tient depuis son enfance. L'altruisme lui vient des femmes – de sa mère, puis, étudiant, de celle qui deviendra sa femme. Ce « chanceux du premier jour » n'a jamais supporté l'injustice. Et la révolution numérique creuse encore le fossé entre les premiers de cordée et les autres. Alexandre Mars en sait quelque chose. Les nouvelles technologies lui ont permis de gravir très vite les échelons de la réussite. A 25 ans, au plus haut de la bulle Internet, il lance avec succès des start-up dans le marketing et la publicité en ligne. Il a eu du flair et a su prendre la grande vague de transformation de nos économies et de nos sociétés. Lorsqu'il revend ses start-up entre 2007 et 2013, l'homme d'affaires a enfin les moyens de construire les outils d'une philanthropie durable. Sa holding familiale finance le budget annuel de 2 millions de dollars d'Epic. Créée elle aussi en 2014, Blisce investit dans des pépites du numérique, comme Spotify, Pinterest ou Casper.

### L'effet papillon

Grâce à ce modèle « pur », 100 % des dons récoltés sont ainsi reversés aux 30 entreprises sociales de son portefeuille. Mieux, Epic s'engage auprès d'elles sur trois ans minimum, un luxe pour des ONG souvent obligées de renouveler leur levée de fonds chaque année. Epic peut compter sur le soutien indéfectible de son fondateur. « *Je financerai Epic tant que cela sera nécessaire. Je voulais gagner de l'argent pour gagner cette liberté.* » Epic n'a pas non plus vocation à perdurer. La



2

start-up est une rampe de lancement pour un mouvement mondial qui transformera en profondeur le modèle de la philanthropie. Epic propose aux entreprises et aux particuliers des solutions « *indolores, systématiques et optionnelles* » en jouant sur... les virgules. L'arrondi sur salaire et l'arrondi en caisse ont déjà séduit, en France, L'Oréal, Derichebourg, Dior ou encore Okaïdi. Les salariés volontaires donnent en moyenne 2,52 euros chaque mois. Epic s'adresse aussi aux chefs d'entreprise, y compris aux start-uppers qu'il connaît bien. Ces derniers peuvent s'engager à verser à Epic un pourcentage de la vente future de leur jeune pousse. Pour Boxed, spécialiste de l'e-commerce soutenu par Blisce, ce sera 1%. Alexandre Mars est convaincu que les mentalités changent. Sous l'impulsion d'une nouvelle génération en quête de sens, le vent tourne en faveur du partage. La responsabilité sociale devient un impératif économique et un levier pour attirer des talents et des consommateurs. Au sein du Giving Lab, les équipes d'Epic utilisent les méthodes éprouvées des start-up du numérique pour imaginer des solutions sur mesure. A chaque but marqué en ligues 1 et 2 de football professionnel, 100 euros sont reversés via Epic à Simplon, un organisme français de formations gratuites aux métiers du numérique. Toujours sur le même principe, des projets en gestation promettent d'accélérer l'effet papillon recherché par Alexandre Mars. « *Avec des professionnels du cinéma et du spectacle, nous réfléchissons à une offre de "rang solidaire",* » Plus ambitieux encore, Epic travaille avec Forex, le marché mondial des changes sur lequel s'échangent les devises convertibles, à un système d'arrondi au quatrième chiffre après la virgule. Autre pilier du modèle d'Epic, la sélection rigoureuse et transparente des entreprises sociales de son portefeuille parmi 3 500 candidatures. De son étude de marché, Alexandre Mars a retenu la question cruciale de la confiance. Pas question de se tromper sur le choix de ses protégés. « *Nous avons trois critères: l'impact, la qualité de la gestion et le leadership.* » Après un premier filtre assuré par un logiciel et un premier entretien, les équipes d'Epic se rendent sur place, en Inde, au Vietnam, au Royaume-Uni, à New York ou en France pour se décider et rendre régulièrement des comptes aux donateurs.

PHOTOS: NICOLAS GIRAUD POUR EPIC

## Parcours

Diplômé d'HEC et de l'université Paris-Dauphine, Alexandre Mars a commencé sa carrière d'entrepreneur à 17 ans. De 1998 à 2001, il dirige son propre fonds d'investissement: Mars Capital. Au cours des quinze dernières années, il a créé et vendu des start-up pionnières du marketing numérique, dont Phonevalley et Scroon, rachetées respectivement par le groupe Publicis et par Blackberry. En 2014, il fonde sa fondation Epic et en fait le porte-drapeau d'un mouvement philanthropique

mondial. Créé la même année, son fonds d'investissement Blisce, qui soutient des start-up comme Spotify, Pinterest ou Casper, finance entièrement les coûts de fonctionnement d'Epic. Ce modèle « pur » permet de reverser 100% des dons collectés aux entreprises sociales soutenues par Epic et offre à Alexandre Mars la liberté de se consacrer à 90% dans la lutte contre les inégalités.

• **A lire :** *La Révolution du partage*, Alexandre Mars, éditions Flammarion.

## Levées de fonds au niveau mondial d'Epic

Plusieurs galas sont organisés chaque année dans différentes capitales pour lever des fonds:

- 2 M \$ en 2016.
- 5 M \$ en 2017.
- 10 M \$ prévus en 2018.

1. ET 2. ALEXANDRE MARS, 44 ANS, A CRÉÉ LA START-UP PHILANTHROPIQUE EPIC EN 2014. L'HOMME D'AFFAIRES APPLIQUE A L'UNIVERS DU MÉCÉNAT LES LEVIERS NUMÉRIQUES ET FINANCIERS QU'IL MAÎTRISE PARFAITEMENT.

## L'activiste

Mais cela ne suffit pas. L'homme d'action porte également un mouvement. Toujours avec méthode, pour être efficace. « *On ne peut pas innover seul. Nous nous appuyons sur une galaxie d'ambassadeurs dans tous les secteurs et dans le monde entier. En France, ils sont une quinzaine, dont le slameur Grand Corps Malade.* » Une sorte de think-tank à grande échelle. L'édition américaine de son livre *La Révolution du partage* proposera un modèle d'e-mail aux lecteurs qui veulent promouvoir les solutions innovantes d'Epic dans leur entreprise, leur écosystème ou leur réseau. Le pari est osé, la communication sensible. Il ne faut pas juger mais convaincre. Aux yeux d'Alexandre Mars, la généralisation du don repose sur l'adhésion des individus. Il y met tout son pouvoir de persuasion. Vis-à-vis des entreprises, son discours est un peu différent. L'entrepreneur engagé aime citer l'exemple de l'Inde. Ce pays est le premier à avoir imposé aux entreprises dont le chiffre d'affaires ou les bénéfices dépassent un certain niveau de reverser 2% de leurs bénéfices aux œuvres de leur choix. Celui que l'on devine viscéralement libéral croit à la politique des quotas en matière d'égalité professionnelle et à l'inscription dans la loi de la responsabilité sociale des entreprises. En enfant du nouveau monde, Alexandre Mars cherche à dépasser les frontières de l'ancien monde. Comme celle qui voudrait séparer son engagement de son activité d'entrepreneur. Quand on lui parle de créer à nouveau une start-up après son aventure philanthropique, il s'irrite. Il entend à cette question récurrente que nous n'avons pas encore bien compris. Epic est une start-up comme une autre, la première dans le champ de la philanthropie. ■