

market

LE MEDIA SUISSE DES HIGH NET WORTH INDIVIDUALS

PATRIMOINE(S)
IMPACT INVESTING 2.0:
EN MARCHÉ!

PHOTOGRAPHIE(S)

WIM WENDERS

MARCHÉ DE L'ART

LE GRAND
RETOUR
DU DESSIN

INVESTIR

PÉTROLE :
UNE HISTOIRE
DE CANAL

INDEX

PHILANTHROPIE :
13 ACTEURS
D'INFLUENCE

SUPERCAR(S) TEST

DANS LA FERRARI
488 SPIDER AVEC
FLORENT SÉRIÈS

PHILANTHROPIE(S)

CAROLINE
BARBIER-MUELLER

INVITÉ

YANN
BORGSTEDT

HORLOGERIE

LE MEILLEUR
DES MONTRES
EN 2017



15 CHF



PHILANTHROPIE :

13 ACTEURS D'INFLUENCE

Propos recueillis par AMANDINE SASSO



Elena Budnikova

« La philanthropie est une vertu douce, patiente et désintéressée, qui supporte le mal sans l'approuver » affirmait Fénelon dans son *18^e Dialogue des morts*.

Dans ce 21^e « Index influence », market a rencontré plusieurs acteurs œuvrant chacun à sa manière dans le domaine philanthropique : conseillers, directeurs de société ou présidents de fondation, tous s'accordent à dire que la philanthropie, c'est avant tout un engagement de soi. Cette dernière représente également

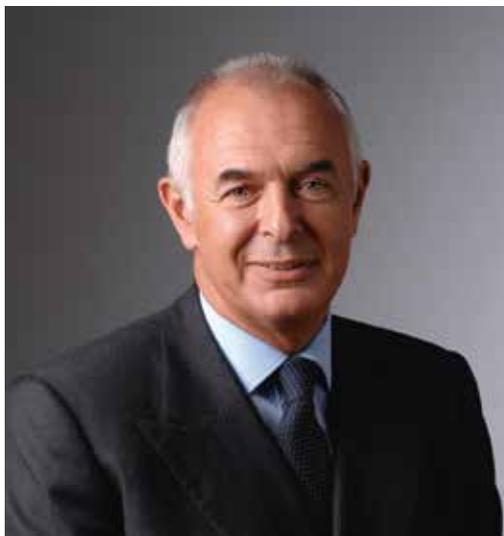
une valeur transmissible, presque « héréditaire ». Et c'est souvent à travers elle que l'on peut prendre le pouls d'une société : si elle prospère, c'est que la société est saine.

Cependant, aussi pures soient ses intentions, la philanthropie n'est jamais totalement lisse, et peut parfois dériver vers une influence négative. Dès lors, pour qu'elle demeure éthique, ces acteurs d'influence nous évoquent les seules vertus capables de corriger cet effet : l'humilité et l'intégrité... À méditer !

Bernard Sabrier

Président/fondateur de la Fondation Children Action

Bernard Sabrier est président d'Unigestion Holding et CEO d'Unigestion Asia Pte Ltd. C'est en février 1994 que Bernard Sabrier décide à titre strictement personnel de fonder Children Action, fondation suisse, dont il devient le président. Sa démarche est initialement motivée par le pourcentage élevé des frais administratifs ponctionnant trop souvent les dons qu'il effectuait à diverses associations et le manque de rigueur ou de transparence dont faisaient preuve certaines d'entre elles. Il décide ainsi, dès le premier jour, de couvrir personnellement l'intégralité des frais de fonctionnement de Children Action, permettant que chaque franc donné soit alloué à 100% à un projet sur le terrain et de gérer la Fondation avec les mêmes exigences qu'une entreprise. Active aujourd'hui dans huit pays, Children Action mène des projets qui apportent un réel changement dans la vie de plus de 13 000 bénéficiaires chaque année.



mêmes buts s'inscrivant dans une action commune. Savoir partager demande humilité et vision. La vision est transmissible, l'humilité moins.

Je ne pense pas que la philanthropie soit une valeur, la philanthropie est un choix. Ce qui est déterminant dans les causes que je soutiens, c'est leur utilité et leur impact au sens large. Selon moi, la philanthropie est une relation entre vous et vous. L'origine de l'engagement philanthropique dépend bien évidemment de la personnalité et du vécu de chacun. L'action philanthropique

a sans doute une influence sur votre personnalité. Par exemple, quand votre regard croise les yeux d'un enfant que vous avez sauvé, d'un migrant que vous avez aidé, d'un adolescent suicidant à qui vous avez redonné le goût de vivre, vous n'êtes plus jamais le même !

La philanthropie n'est malheureusement pas toujours éthique. Il est donc essentiel de savoir prendre une certaine distance face à vos actions philanthropiques. Si vos seuls buts sont l'influence sociale ou le culte du soi, vos actions philanthropiques sont vouées à l'échec. » \

« L'influence en matière philanthropique, c'est le pouvoir d'agir. La philanthropie ne requiert aucun "type" d'influence particulier. Elle demande un sens des valeurs, de l'éthique, un souci de bien faire et un réalisme de tous les instants. Si vous soutenez de bons projets menés par

SAVOIR PARTAGER
DEMANDE HUMILITÉ ET VISION.
LA VISION EST TRANSMISSIBLE,
L'HUMILITÉ MOINS

des gens de qualité et que vous êtes capable d'en mesurer l'impact de façon précise, transparente et en toute impartialité, vous exercez déjà beaucoup d'influence. Pour que celle-ci soit positive, elle requiert une forme de levier, c'est-à-dire que d'autres doivent partager les

INVESTISSEZ DANS
LE NOUVEAU MARKET.
LE MÉDIA SUISSE DES HIGH NET
WORTH INDIVIDUALS

ABONNEZ-VOUS SUR MARKET.CH
1 an/ 8 éditions pour 109 chf
2 ans/ 16 éditions pour 188 chf

