

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 !

Silvia Bastante de Unverhau

Directrice mondiale des conseillers en philanthropie chez UBS

Silvia Bastante de Unverhau est responsable du secteur Philanthropy Advisory chez UBS, où elle dirige une équipe mondiale de spécialistes, qui aident les UHNWI et leurs familles à réaliser leurs aspirations philanthropiques. Ses conseils englobent le spectre complet – de l'élaboration d'une stratégie philanthropique à la maximisation de l'impact ou de l'emploi de nouvelles approches



telles que *l'impact investing*. Avant de rejoindre UBS, Silvia était associée pour la société de conseil en stratégie Monitor Group – qui travaillait avec des fondations et des organisations à but non lucratif dans le monde entier, ainsi que des entreprises et des gouvernements. Avant de travailler dans le conseil, elle a également occupé des postes de direction à l'Organisation des États américains à Washington DC, au Secrétariat international d'Amnesty International à Londres et au Bureau du président du Pérou. Silvia est diplômée de la London School of Economics, ainsi que de l'École Kennedy de Harvard dans laquelle elle a suivi un master en administration publique. « Selon moi, « avoir de l'influence » se traduit par la manière dont on peut aider les philanthropes avec lesquels on collabore, par un impact plus important sur le monde. Soit parce qu'ils sont plus « performants », soit tout simplement parce que nous les aidons à ne pas répéter les erreurs des autres. J'ai la chance d'avoir une excellente équipe à mes côtés, qui côtoie près de 800 philanthropes et leur famille qui sont des Ultra High Net Worth. Pour eux, nous avons créé ce que nous appelons la « *global philanthropists community* » qui rassemble un réseau de plus de 300 membres, également UHNW et millionnaires. Et notre travail, c'est d'essayer de les guider vers une action collective. Donc être influent, c'est être capable de les aider à faire les meilleurs choix pour la philanthropie.

En effet, lever des fonds nécessite l'union particulière de la passion, de la capacité à communiquer et d'une approche intéressante ; tout dépendant bien sûr de la cause. Car avoir un impact en philanthropie n'est pas une chose aisée : il ne suffit pas d'être passionné, il faut également penser de manière stratégique, car sinon vous ferez « du bien » certes, mais votre impact n'aura pas la même portée. De plus, ce n'est pas uniquement une question d'argent, de fonds, mais également de savoir utiliser les ressources à disposition, de

collaborer. Mon rôle est d'amener les philanthropes à travailler ensemble, pour apprendre les uns des autres, et d'avancer vers un but commun pour avoir une influence plus importante. Je crois que ce ne sont pas nos valeurs qui déterminent la cause que l'on choisit de défendre, mais plutôt ce qui nous touche, à travers un voyage, une expérience personnelle ou familiale. Ces valeurs

vont plus déterminer la manière dont vous allez appréhender la philanthropie. La plus importante à mes yeux, c'est de traiter les personnes « bénéficiaires » comme des partenaires. La philanthropie est perçue de manière différente selon les cultures. Aux États-Unis par exemple, il est très bien vu de « montrer » son côté philanthrope, tandis que pour d'autres cultures, essentiellement celles qui ont un passif « religieux », la culture de la discrétion prévaut. Pourtant, à mon sens si

LA VALEUR LA PLUS IMPORTANTE
À MES YEUX, C'EST DE TRAITER
LES PERSONNES « BÉNÉFICIAIRES »
COMME DES PARTENAIRES

vous n'avez pas d'exemple concret, comment dès lors promouvoir la philanthropie ? Je pense qu'il serait plus judicieux d'encourager les gens à parler de leurs actions – non dans l'esprit de se mettre en avant – mais plutôt dans l'idée d'inspirer les autres. Il me semble évident que la philanthropie n'est pas toujours éthique : car cela dépend bien évidemment de la manière dont vous la « pratiquez ». La valeur clé que j'ai évoquée précédemment c'est d'avoir un respect pour autrui, pour l'environnement. Si vous respectez cela, il y a peu de chance qu'il y ait des dérives. De même, si vous ne prenez pas en compte la réalité sociale des personnes que vous soutenez, vous risquez même de faire l'inverse.

Pour conclure, ce que nous faisons en tant que conseiller, c'est enseigner aux aspirants philanthropes à être humble et à apprendre des personnes qu'ils veulent aider. Car être un entrepreneur brillant ne signifie pas que vous serez un « bon » donateur. Savoir donner n'est pas quelque chose d'instinctif, cela vient le plus souvent de votre éducation, de vos valeurs. » \