

Reims Management School : un nouveau départ pour le *fundraising*

L'École de commerce de Reims (Reims Management School) a lancé une première expérience en matière de fundraising en 2000, qui s'est révélée décevante. En 2007, l'association des anciens élèves a décidé de renouveler cette expérience, avec une structure placée sous l'égide de la Fondation de France.



Jean-Michel Huet
Président
RMS Network

— *Quel est l'historique de la création de la fondation ?*

RMS Network, l'association des diplômés de la Reims Management School (RMS), a eu l'idée il y a un peu plus d'un an de lancer une fondation, ayant pour vocation de chercher des financements pour l'école. Après quelques discussions, RMS a donné son accord au projet. Le véhicule juridique retenu a été une fondation, placée sous l'égide de la Fondation de France, parce que plus rapide et plus pratique à mettre en œuvre. L'actualité est récente, puisque nous avons obtenu l'accord du bureau de la Fondation de France mi-mars 2007.

— *Qui sont vos partenaires ?*

Pour obtenir cet accord de la Fondation de France, il fallait avoir des statuts, un concept et des fondateurs. Trois fondateurs se sont engagés à financer la fondation pendant plusieurs années :

- l'association des diplômés ;
- le cabinet PwC France et Luxembourg, le plus important recruteur de l'école ;
- le Crédit Agricole du Nord-Est, un partenaire historique de l'école qui finance déjà une chaire.

Ces partenaires ont apporté la dot initiale, qui s'élève à un peu plus de 500 000 euros pendant trois ans, soit dix fois plus qu'il ne fallait : normalement, pour lancer une fondation, les fondateurs doivent s'engager à verser 160 000 euros pendant trois ans.

— *Pour quels projets recherchez-vous des financements ?*

L'objectif de la structure est double, la fondation devrait s'occuper de financer des bourses pour les étudiants, ainsi que des chaires de recherche pour l'école.

La première chaire financée par cette fondation traitera du management associatif : comment gérer une association avec des bénévoles, des permanents, des salariés, etc.

La campagne de levée de fonds n'a pas encore commencé. D'autres acteurs se sont néanmoins déclarés intéressés, notamment la Banque Populaire de Lorraine-Champagne, ainsi qu'une autre grande banque qui est prête à donner une forte somme d'argent pour participer, entre autres, au financement de la chaire de management associatif.

— *Quelle est votre stratégie de fundraising ?*

La première vague de *fundraising*, initiée par l'école autour de ses deux premières chaires dans les années 2000 a été un peu décevante, car le marché était naissant et peu mature.

La stratégie de *fundraising* a aujourd'hui évolué. Elle s'appuie sur ce véhicule qu'est la fondation. La différence réside :

- dans le fait que les dons sont adressés à une structure qui se trouve sous l'égide de la Fondation de France, structure d'intérêt général ;

- dans les incitations fiscales qui ont été mises en place, il ne faut pas s'en cacher.

Ce n'est pas neutre, les entreprises comme les particuliers trouvent cela intéressant. Ce n'est pas suffisant, néanmoins, mais associé à un projet, cela a du sens.

— *Quels sont les avantages liés à la création d'une fondation ?*

Il y a une double logique :

- c'est un véhicule juridique intéressant pour les donateurs, pour des questions fiscales ;
- c'est également un moyen de donner du sens à un *fundraising*. La fondation a un objet social, un projet. Les donateurs savent de façon très précise quel usage sera fait de leur argent. En fonction du montant des dons, les sommes peuvent être affectées à un "pot commun", ou bien servir précisément à financer 50 bourses, voire une chaire.

— *Vous êtes-vous fixé des objectifs en matière de collecte ?*

Nous tablons sur un minimum d'un million d'euros par an. Nous avons déjà collecté plus de 500 000 euros. Il y a une très bonne réception des entreprises sur ce sujet.

— *Quels moyens humains seront alloués à cette levée de fonds ?*

L'équivalent d'une personne et demie va se consacrer à structurer cette

recherche pour la fondation. Un certain nombre de personnes – comme le directeur de l'école, François Bonvalet, ainsi que Marie-Jeanne Chèvremont-Lorenzini, qui dirige le conseil de surveillance de l'école, des anciens, moi-même – ont joué également les ambassadeurs pour recueillir des fonds.

— Vous êtes-vous fait assister par des cabinets de conseil spécialisés ?

Dans le domaine juridique, et en matière de conseil, nous nous sommes renseignés via des conférences, qui ont été nombreuses sur le sujet depuis les deux ou trois dernières années. Nous avons également fait appel à notre réseau d'anciens: le directeur administratif et financier de la Fondation Abbé Pierre en fait partie, par exemple. Le président du mouvement pour les Villages d'enfants nous a aidés, il y a quelques mois, à passer du statut d'association à celui de fondation, en nous donnant des contacts et des conseils.

Par ailleurs, les membres du bureau de RMS Network apportent bénévolement de leur temps pour cette fondation en particulier Adeline Simon, vice-présidente de l'association, pour le lancement du site web de la fondation, et Martine Lepel pour la connaissance des modèles économiques de fondations.

— Votre localisation géographique peut-elle constituer un frein pour susciter des dons ?

La difficulté, pour notre fondation, consiste essentiellement d'arriver à trouver des mécanismes qui permettent à des gens qui vivent ou travaillent à l'étranger de donner via la fondation, et d'y trouver un intérêt fiscal. L'inconvénient est relatif: une des spécificités de Reims, avec l'ESCP-EAP, réside dans l'importance de son réseau d'anciens à l'étranger, qui représente 25% de nos 22 000 diplômés.

En outre, des groupes importants sont présents dans la région: les grands

noms du champagne, qui financent déjà une chaire, Arcelor-Mittal, ainsi que des laboratoires pharmaceutiques, par exemple.

— Qu'est-ce qui change entre les chaires "à l'ancienne" et les nouvelles chaires, financées par la fondation ?

Elles étaient financées "directement", dans le sens où une entreprise, ou un groupe d'entreprises, pouvait, en échange d'une somme déterminée, associer son nom à une chaire dont l'objet était fixé par ses soins. Il y avait un travail de construction en amont de la chaire, de façon très précise, avec les entreprises.

L'indépendance des nouvelles chaires sera plus importante, au sens où elles seront financées au travers de la fondation. En tout état de cause, l'implication des donateurs sera moins directe que dans les autres chaires. ●

Propos recueillis par Annick Masounave

- Directeur de la publication: **Valérie Ohannessian**
 - Rédacteur en chef: **Élisabeth Coulomb**
 - Rédacteurs: **Andréane Fulconis-Tielens** (54 15); **Annick Masounave** (54 14); **Carole Trambouze** (54 13)
 - Secrétariat de rédaction: 1^{re} secrétaire **Charlotte Poupon**; **Christine Hauvette** (54 10)
 - Maquette: 1^{er} maquettiste **Emmanuel Gonzalez** (54 12); **Alexandra Démétriadis** (54 18)
- ☎ devant chaque numéro, ajouter l'indicatif 01 48 00.

■ **Abonnements:** 26 boulevard Paul Vaillant-Couturier, 94851 Ivry-sur-Seine

Tél.: 01 49 60 06 61 – Fax: 01 49 60 10 55 – E-mail: revuebanque@abocom.fr

ISSN 0762-4077/CPPAP 0611 | 84975 – Imprimé à Pulnoy (54) par SPEI –

Dépôt légal 2^e trimestre 2007.

18 RUE LA FAYETTE 75009 PARIS
FAX: 01 48 24 12 97
WWW.REVUE-BANQUE.FR

La reproduction totale ou partielle des articles publiés dans Banque Stratégie, sans accord écrit de la société Revue Banque SARL, est interdite conformément à la loi du 11 mars 1957 sur la propriété littéraire et artistique.

© BANQUE STRATÉGIE