

CES PROJETS PRIVÉS QUI VEULENT SAUVER LA PLANÈTE

LE 16 SEPTEMBRE 2019, Ralph Chami, directeur adjoint du FMI, exposait les résultats d'une étude qui évaluait l'impact des baleines «au bénéfice de l'humanité à 1000 milliards de dollars par an». En effet, ces dernières jouent le rôle d'un puits de carbone (à l'instar des forêts, tourbières et permafrost) en ingérant et gardant le carbone pour leur croissance et en favorisant par leurs déjections le développement du phytoplancton. Préserver les populations de grands mammifères marins constituerait donc un acte économique majeur, équivalent au PIB annuel des Pays-Bas.

En 2007, les biologistes David Newman et Gordon Cragg établissaient que 5000 des 30 000 espèces de plantes recensées en Chine sont utilisées à des fins thérapeutiques, et que la moitié des médicaments synthétiques sont dérivés de sources naturelles. Dans le domaine agricole, l'apport des pollinisateurs a été chiffré à 150 milliards de dollars par an.

Or, baleines, abeilles et plantes rares sont en danger à l'échelle de la planète. Produits phytosanitaires issus de la chimie de synthèse, pollution aux plastiques et chasse ou encore réchauffement climatique perturbent les écosystèmes et mettent en danger les équilibres de la nature mais aussi la pérennité de l'économie mondiale.

La conscience de la menace des activités humaines ne date pas du XXI^e siècle. Le Parc national de Yellowstone a été créé en 1872, le Parc national suisse en 1914. Du côté des industriels, Luc Hoffmann, actionnaire de Roche, crée la station de recherche de la

Tour du Valat, en Camargue, et entame un programme de protection de la faune et de la flore en 1954. Sept ans plus tard, il cofonde le WWF. Puis, en 1994, la Fondation MAVA pour prolonger ses actions (lire l'interview de son fils pages 34 à 36).

C'est à la même époque qu'une des plus prestigieuses manufactures de l'horlogerie suisse, Audemars Piguet, célèbre les 20 ans d'un modèle iconique, la Royal Oak. «Plutôt qu'un événement avec petits fours et champagne, la volonté a été de marquer le coup avec une action durable, et donc une Fondation. Audemars Piguet est au cœur de la vallée de Joux, dans un milieu naturel incroyablement et cependant fragile: se tourner vers l'environnement semblait aller de soi», explique Jasmine Audemars, présidente de la Fondation Audemars Piguet.

Près de 27 ans après sa création, celle-ci a soutenu plus de 130 projets dans 51 pays. Si un certain nombre d'entre eux prennent un ancrage local, entre vallée de Joux et côte vaudoise, d'autres sont plus lointains (Madagascar, Inde ou Namibie). «Nous soutenons des acteurs locaux et leur donnons les moyens de vivre mieux par leur activité. Au Brésil, nous avons cherché les espèces endémiques sur un territoire, celles qui ont disparu et pourraient proposer fruits et fleurs et présenter un intérêt pour des apiculteurs. L'idée est de créer des filières de produits bios, locaux, de favoriser l'écotourisme afin de rendre des communautés autonomes sans impact sur les milieux naturels», précise Susan Simmons, secrétaire générale de la fondation.

Une démarche inclusive associant les

populations locales qui est aussi celle de la Fondation Reverdir le Sahara. Appuyée sur les travaux de l'ingénieur de l'ETHZ Jean-Edouard Buchter, elle bénéficie des soutiens de Pierre Landolt (Fondation Sandoz), Raymond Loretan, Pierre Lamunière ou encore Pierre-Marcel Favre. Ce dernier combine un soutien financier direct et un appui indirect avec la publication d'un ouvrage dont les bénéficiaires vont abonder les caisses de la fondation. Celle-ci a entrepris de freiner l'avancée du désert en replantant diverses essences d'arbres et d'arbustes, au pied desquels une agriculture peut s'enraciner: «Si on crée un poumon vert, on pourra jouer sur le réchauffement climatique. Israël ou le Qatar ont fait reculer le désert avec de gros moyens mais nous pouvons le faire à moindre coût, en impliquant les populations locales et sans effet collatéral dommageable sur les milieux naturels. Par exemple, on ne ponctionnera d'eau dans une rivière que pendant la saison humide et à des volumes restreints», détaille l'éditeur vaudois.

Autre initiative née d'une prise de conscience personnelle et impliquant les populations locales: Passion Sea. Cette association, basée à Monaco, a été fondée par Helga Piaget en 2013. Cette dernière avoue avoir voulu «rendre un peu à la planète après l'avoir sillonnée et admirée des années durant». A travers de nombreux pays, elle soutient des actions de sensibilisation dans les écoles aux pollutions plastiques dans les mers et les océans. «Il y a six ans, quand j'ai commencé, peu de gens se posaient la question. Aujourd'hui, le web est plein de gens qui agissent et s'engagent. On a vu le problème des microplastiques qui se retrouvent dans notre chaîne alimentaire. Les gens commencent à comprendre et acheter différemment. Mais il faut sensibiliser la jeune génération, notamment dans les pays les plus touchés.»

Quelle stratégie face aux dons?

La thématique des pollutions plastiques, justement, est celle qui a poussé Marco Simeoni à changer de vie. Après avoir vendu Veltigroup à Swisscom en 2015, cet entrepreneur vaudois passionné de voile s'est consacré à 100% à la Fondation Race for



L'entrepreneur **Marco Simeoni** a créé en 2010 la Fondation Race for Water afin de lutter contre la pollution plastique (ci-contre dans une rivière à Borneo).

Water, qu'il avait fondée en 2010. «J'ai injecté la moitié de ma fortune dans cette fondation et je ne me rémunère pas depuis 2015. Mais cette cause est vitale et il faut agir», confie l'entrepreneur devenu activiste.

Après une première odyssee en 2015 pour constater l'ampleur du phénomène des vortex de plastiques dans les océans, il a récupéré le catamaran solaire *Planet Solar* et lancé une deuxième circumnavigation qui s'étale de 2017 à 2021, avec un double objectif: sensibiliser (localement et globalement) et approfondir les mesures du phénomène. Mais Marco Simeoni a aussi voulu aller plus loin et mettre au point une solution apte à lutter efficacement contre les pollutions plastiques. Après plusieurs années de travail, en collaboration avec une entreprise française, ETIA, il a désormais des centrales de pyrolyse à haute température qui transforment tous les déchets plastiques concassés en gaz de synthèse, puis en électricité. «Avec une unité, nous pouvons traiter les déchets de 50 000 à 100 000 habitants avec 200 kg de plastique à l'heure. Et dans les pays émergents, on arrive à fournir l'électricité pour 30 000 personnes. Mais les premières unités coûtent 4 millions de dollars clés en main. Et nous butons désormais sur ces levées de fonds», constate à regret l'ex-entrepreneur.

Une étape par laquelle sont passées de nombreuses ONG et fondations. «Depuis sa création en 2010, la Fondation Antenna a eu la chance d'être soutenue par d'autres fondations qui ont adhéré aux objectifs sciences et développement pour la grande pauvreté. Cette originalité sciences/besoins essentiels

est un concept malheureusement peu reconnu, rarement développé par les grands centres de recherche. Ce qui peut expliquer la difficulté d'autres initiatives», esquisse Denis von der Weid, président et fondateur d'Antenna. Avec ses équipes basées à Genève et ses partenaires dans une vingtaine de pays, il soutient la mise en place de projets innovants et respectueux de l'environnement, avec notamment la plus importante usine au monde de biopesticides et biofertilisants, au Maroc.

Si les pionniers de la philanthropie environnementale ont soutenu des projets très tôt, il a fallu attendre le milieu des années 2010 pour voir un réel essor du soutien de mécènes à de vastes et ambitieux projets dans le domaine, comme le constatent Delphine Bottge, avocate spécialiste des fondations, et Laetitia Gill, directrice exécutive du centre en philanthropie de l'Université de Genève (lire en page 39). Une prise de conscience due aux rapports insistants du Groupe international d'experts sur le climat (GIEC) et à la COP21 tenue à Paris en 2016.

L'ampleur des projets peut encore changer la donne pour les ONG. «Il est difficile de quantifier la hausse, mais la tendance est claire: de nouvelles fondations naissent dans le domaine de l'environnement. Nous avons régulièrement des demandes nouvelles de petites fondations ou de personnes privées car il y a une prise de conscience des enjeux», relève Nicolas Wüthrich, responsable de l'information chez Pro Natura. Même son de cloche du côté de Summit Foundation, basée à Vevey: «Depuis six ou sept ans, nous voyons une augmenta-

tion des dons. Les mécènes s'intéressent de plus en plus à notre travail. Car on prend conscience de la problématique ces dernières années. C'est un sujet d'actualité. Et avec notre thématique, nous nous retrouvons sous le feu des projecteurs», se réjouit Olivier Kressmann, directeur exécutif de la fondation qui lutte contre les pollutions plastiques.

Autre mouvement qui fait régulièrement parler de lui ces derniers mois: Extinction Rebellion. Dernier-né dans la galaxie de l'activisme environnemental, XR présente un profil décentralisé: chaque groupe national peut moduler sa stratégie en matière de dons philanthropiques. Si le principal soutien à Extinction Rebellion est venu du groupe de rock Radiohead qui a versé 600 000 livres sterling, un autre don n'a pas fait l'unanimité: celui du Climate Emergency Fund (avec notamment des héritiers de fortunes nées dans le pétrole au XX^e siècle). La section française a refusé de bénéficier de ces fonds, mais pas la section suisse: «Il y a eu un débat, mais nous avons choisi d'accepter: il n'y a pas de raison d'admettre qu'une personne, même riche, ne puisse pas avoir conscience des enjeux, a fortiori si la constitution de la fortune est antérieure à son action», analyse Maximilien, porte-parole d'XR Lausanne.

Face à ce dilemme autour de l'origine des fonds de donateurs, chaque ONG, groupe ou association réagit différemment. Pour Greenpeace, un code très strict a été adopté (lire en page 32). Chez Pro Natura, les projets locaux sont gérés par les sections cantonales. Et quand un projet d'ampleur nationale doit être financé par des fonds philanthropiques, l'analyse se fait au cas par cas: «En matière de fondations, c'est plutôt nous qui sommes demandeurs. On ne va donc pas contacter la Fondation Shell, et s'ils nous contactaient nous dirions non», confie Nicolas Wüthrich, qui ajoute que les cotisations des nombreux membres assurent la pérennité de la structure et épargnent aux responsables la tâche de chercher des financements constamment. Même atout pour Summit Foundation qui vend des cendriers de poche et des prestations de conseil aux entreprises. Mais pour Olivier Kressmann,

«Il n'y a pas de lignes directrices formelles. On regarde bien d'où proviennent les dons qu'on reçoit, sachant que dans la plupart des cas c'est nous qui allons vers les philanthropes. On se pose beaucoup de questions par rapport à ça. Sans parler de grille d'analyse rigide, nous nous efforçons de refuser les dons qui proviennent d'activités nuisibles à l'environnement».

Le modèle économique remis en question

Plus que dans d'autres domaines philanthropiques, la cohérence entre le mécène, l'origine de sa fortune et la cause qu'il soutient est cruciale. «Certains activistes sont à l'affût des tentatives de greenwashing et le bad buzz serait retentissant et contre-productif, à la fois pour l'ONG bénéficiaire et pour le philanthrope ou la fondation donatrice», avertit Laetitia Gill. Toutefois, à l'instar de la jeune génération mobilisée dans les rues, le mouvement philanthropique traverse aussi une prise de conscience: «De plus en plus de philanthropes entrepreneurs ont sincèrement compris les enjeux de durabilité et souhaitent aligner leur stratégie de dons et celle de l'entreprise qu'ils détiennent», note Delphine Bottge.

«Il est crucial d'avoir une cohérence entre les valeurs portées par l'entreprise et celles affichées par la fondation. Cette dernière doit jouer un rôle d'aiguillon mais elle doit entraîner l'entreprise dans son sillage: il n'est plus possible de fermer les yeux sur ces questions, il faut y répondre et ne pas perdre de temps», estime Jasmine Audemars. Dorothea Sick-Thies, actionnaire du groupe industriel allemand Sick, abonde en ce sens: «Tout est relié. Si on regarde la situation en Amazonie, elle est directement liée à notre consommation de viande importante. Le mouvement en faveur du climat doit être soutenu et accompagné par l'économie. Le changement climatique se poursuit car nos dirigeants politiques sont trop lents. Il faut les bousculer», affirme Dorothea Sick-Thies, qui a incité ses collaborateurs à aller manifester le 20 septembre contre le réchauffement climatique, sur leur temps de travail.

CEO de TeroLab et président de la Fondation Ecophilos, Christopher Wassermann pointe la source du problème: «Nous avons besoin de nouveaux modèles, notamment dans le business. Le changement climatique n'est pas le problème: c'est le business model que nous avons qui est le problème et qui génère le changement climatique... Il faut changer l'éducation; dans les business schools, nous enseignons encore aujourd'hui des choses néfastes.»

Un modèle que de nombreuses initiatives visent à transformer. Avec le soutien de plusieurs grandes fondations, Genève a vécu en 2018 au rythme de Best for Geneva, vaste programme d'engagement visant à insuffler dans l'écosystème cantonal les ingrédients d'un renouveau, basé sur les notions de du-

«Comment avoir une activité économique sans mettre en péril l'état de la planète?»

Jean-François de Saussure, CEO de Caran d'Ache

rabilité et de responsabilité. Pour piloter ce programme, Jonathan Normand, directeur exécutif de B Lab Switzerland (branche suisse d'une ONG globale, développant des outils de mesure d'impact et la certification B Corp), a pu compter sur l'alliance d'entreprises privées, d'acteurs publics, et de fondations philanthropiques. Au terme de cette initiative, il s'est engagé dans un nouveau défi, Swiss Triple Impact: «Nous voulons, avec le soutien des autorités fédérales et de partenaires privés, engager l'ensemble de l'économie suisse afin de contribuer à l'Agenda 2030, une transformation vers une nouvelle économie, plus inclusive, circulaire et respectueuse de l'ensemble des externalités, notamment environnementales. Pour ce faire, nous avons besoin du soutien des fondations et des philanthropes: ils consti-

tuent une force de proposition majeure pour créer les stimulations qui permettront d'engager d'autres acteurs, PME comme grands groupes ou pouvoirs publics.»

Des modèles alternatifs émergent

A Genève, l'une des entreprises emblématiques de la Suisse à l'international a aussi engagé sa mutation. Chauffage sur la base de reliquats de matières premières, recours au photovoltaïque, recyclage des eaux, approvisionnement en bois suisse pour certaines lignes de crayons, certifications... Caran d'Ache se veut en pointe dans le mouvement de transition. Mais pas question de cantonner cette transition à une démarche philosophique: «Pour qu'une entreprise adhère à la transition écologique, il faut que ça fasse du sens. Il faut répondre et faire écho à nos valeurs. On touche à l'éthique des activités industrielles. Comment avoir une activité sans mettre en péril l'air que nous respirons et l'état de la planète? Mais pour moi, l'engagement de durabilité est une vraie opportunité d'affaires. C'est un engagement qui porte loin et fort au niveau international. Par la richesse des engagements de la marque, ça attire des gens intéressés par nos produits et nos valeurs. C'est un autre volet de l'opportunité de la transition écologique», détaille Jean-François de Saussure, CEO de la manufacture genevoise.

A l'autre bout du monde, c'est aussi le modèle que promeut Maurizio Totta. Cet Italien installé en Suisse a créé Amazon Sustainable Forestry – Brazil, société forestière avec un modèle original: «Sur les parcelles que nous acquérons, nous exploitons 20% sur un mode durable avec les populations locales, et nous préservons 80% avec l'autorisation d'une incursion unique tous les vingt-cinq ans pour prélever un nombre extrêmement réduit de spécimens, choisis pour permettre la régénération du couvert forestier», détaille l'entrepreneur (lire aussi pages 56 et 57). Un modèle qui valorise la forêt aux yeux des populations locales, qui y voient davantage d'intérêt qu'au défrichage à vocation agricole.

Un type de démarche que promeut depuis de nombreuses années Gunter Pauli. Ancien dirigeant de grandes entreprises, ce

DES ACTIONS POUR DIMINUER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DES ACTIVITÉS HUMAINES



Initiatives privées

La mobilisation est de plus en plus forte, qu'il s'agisse d'actions spectaculaires pour dénoncer des menaces environnementales (**Greenpeace**, ci-dessus), de lutter contre les pollutions plastiques (**Summit Foundation**, à gauche), ou de préserver la biodiversité (**Pro Natura**).

sexagénaire belge a créé la Fondation ZERI et donne des conférences à travers le monde pour connecter les initiatives de l'économie circulaire et promouvoir le concept d'économie bleue, «une économie qui ne se contente pas d'atténuer l'impact négatif de l'homme sur la planète mais veut avoir une action régénératrice». Pour lui, «on a besoin de philanthropes, de gens qui ont la conviction sans penser au retour sur investissement, des gens qui laissent l'opportunité de changer le futur. Le début, c'est maintenant et le résultat dans deux ou trois générations; mais si on n'a personne qui soutient le projet aujourd'hui, on n'aura pas de résultat dans deux ou trois générations.» Cependant, «ensuite il faut fédérer les initiatives. Et c'est quand on a un portefeuille d'initiatives assez vaste que l'on peut avoir de l'impact», avertit-il.

Fédérer les initiatives au niveau économique, mais aussi réduire la fragmentation des actions de terrain, en créant des passerelles entre ONG, associations et fondations. C'est le credo de Markus Gohr, de l'ONG allemande Protect the Planet: «Il existe une compétition entre ONG. Chacune se bat pour valoriser ses actions, pour réunir ses fonds. Il fallait bâtir des ponts entre elles. Ensemble, nous sommes plus forts que la somme de nos actions distinctes.» Mais il s'agit aussi de déminer le terrain en emportant l'adhésion du plus grand nombre. «Nous avons initié une étude pour comprendre ce qui motive les réflexes des climatocéptiques, afin de connaître leurs motivations, la psychologie... et trouver les arguments adaptés. Car la lutte contre le changement climatique passera aussi par un changement des mentalités. Pour tout cela, nous avons créé une plateforme pour réunir les ONG, les militants, les philanthropes, les scientifiques... le Climate Funders Network», poursuit Markus Gohr. Convaincre, encore et toujours, comme tentait de le faire Ralph Chami en septembre avec les cétacés. ■

Retrouvez les interviews (vidéos et écrites) des différents interlocuteurs, philanthropes, responsables d'ONG et de fondations en version longue sur notre site web bilan.ch au fil des mois de décembre et janvier.



«FAIRE VIVRE LE RÉSEAU DES GRANDS DONATEURS, C'EST UN GROS TRAVAIL»

Trois questions à Muriel Bonnardin, responsable fondations et philanthropie chez Greenpeace.

Comment est né votre programme en philanthropie?

En 1994, Ernst Beyeler nous a contactés. Au-delà d'un don personnel, il a mis sur pied une vente aux enchères qui nous a rapporté 600 000 fr. pour financer les bateaux de Greenpeace, mais elle nous a surtout ouvert un vaste réseau de philanthropes, dont certains nous soutiennent encore aujourd'hui. Nous avons mis sur pied une équipe, avec une personne à Genève et deux en Suisse alémanique, pour faire le lien avec les philanthropes et fondations. En 2018, sur les 23,4 millions de francs de recettes de Greenpeace Suisse, 1,1 million venait des grands donateurs et fondations. Parfois, cette part peut monter à 15% du budget.

Comment travaillez-vous avec ce réseau de grands donateurs?

Un grand donateur, c'est une personne qui nous soutient avec 10 000 fr. ou plus et s'engage sur la durée. Faire vivre ce réseau, c'est un gros travail. Nous avons des soutiens qui nous invitent à leurs événements et nous introduisent auprès

de leurs contacts. Le plus important, quand on rencontre quelqu'un, c'est de savoir qui est l'interlocuteur et quelles sont ses motivations. Nous menons des recherches en amont et proposons à cette personne de nous soutenir sur un projet qui fait du sens pour elle. Nous avons ainsi reçu un don d'un million de francs pour financer un hydravion pour nos programmes en Amazonie. Et ces donateurs, il leur faut un retour. Nous leur fournissons donc des rapports réguliers sur l'avancement du projet. Nous pouvons aussi leur proposer d'aller sur un bateau ou de rencontrer un chef de projet.

Quelles sont les limites que vous vous fixez?

Greenpeace n'accepte pas de dons de sociétés, partis politiques, fondations d'entreprise, organisations internationales ou gouvernements, afin de préserver son indépendance. Si une personne vient nous voir avec une somme pour un programme que nous n'avons pas, nous ne le ferons pas exprès. Ensuite, pour chaque don qui dépasse 5000 fr., nous menons une enquête. Si les fonds viennent d'activités qui sont contradictoires avec nos valeurs (entre autres armement, tabac, chimie, hydrocarbures), nous refusons le don. Il nous est même déjà arrivé de rendre des sommes pour ces raisons.