

Avec Epic Pledge, Alexandre Mars veut redonner « confiance dans les dons »

Elle se définit comme une “FaaS” pour “Foundation as a service”. Lancée en 2015, l’Epic Foundation vise à faciliter la mise en relation entre entreprises et associations. Son objectif : rassurer les donateurs en triant sur le volet des associations pour constituer un portefeuille. À sa tête, le serial entrepreneur Alexandre Mars. Pour Maddyness, il fait le point sur l’Epic Pledge, son mécanisme de promesse de don différé.

Temps de lecture : minute

21 novembre 2022

Pourquoi avoir créé l’Epic Pledge en 2017 ?

Beaucoup d’entrepreneurs nous disaient vouloir s’associer à l’Epic Foundation, mais ils n’avaient pas forcément de cash disponible car souvent il faut attendre un cash out. D’où l’idée du Pledge : permettre de réaliser une promesse de don, où un entrepreneur s’engage à reverser un pourcentage de ses gains personnels provenant d’un événement de liquidité à venir (acquisition, introduction en bourse, sortie partielle...). Un investisseur peut quant à lui s’engager sur un pourcentage de ses revenus différés ou des frais de gestion.

Quelle somme a été récoltée par l’Epic Pledge ?

Etant donné que nous avons commencé à recueillir les promesses de

dans il y a quatre ans, nous commençons à voir arriver les sorties. À date, le montant virtuel collecté s'élève à un peu plus de 100 millions de dollars grâce à plus de 300 signataires de l'Epic Pledge. Cela constitue une communauté très variée d'entrepreneurs et d'investisseurs, aussi bien en France qu'à l'international, en particulier aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Belgique. Parmi eux, Antoine Hubert (cofondateur et PDG d'Ynsect), Marc Batty (cofondateur de Dataiku), Guillaume Lacroix (PDG de Brut), mais aussi Alex Chung (PDG de Giphy) ou encore Henri Moissinac (cofondateur et PDG de Dott).

Comment signer l'Epic Pledge ?

Nous voulions que la démarche soit la plus simple possible. L'engagement tient sur une seule page, et n'entraîne aucune contrainte légale. Il n'y a donc pas besoin d'approbation du conseil d'administration ou de frais juridiques à engager. Chacun est libre de fixer son pourcentage : ce n'est pas à nous de l'imposer. Aujourd'hui, la moyenne est de 3 % - cela va de 1 % à 33 %. De notre côté, nous garantissons que la totalité du don est reversée aux associations car notre board finance tous les frais de structure.

Vous recourez à la méthode "due diligence" pour sélectionner les associations pouvant bénéficier de dons. Pourquoi recourir à cette méthode, traditionnellement utilisée par les fonds de capital-risque pour évaluer leurs investissements ?

Lors du lancement d'Epic Pledge, nous avons réalisé une étude de marché pour comprendre pourquoi certaines personnes étaient réfractaires à faire un don à des associations. La première raison était toujours le manque de

confiance et de transparence. C'est pourquoi nous avons défini 45 critères de sélection (gouvernance, impact social...) car nous voulions redonner confiance dans les dons. L'objectif est de mesurer l'impact des organisations à but non lucratif pour pouvoir rassurer les donateurs - de la même façon que cela peut se faire pour des investissements dans une entreprise tech, par exemple. Nous avons passé en revue plus de 4.500 organisations sociales, sachant que cela prend environ 6 mois pour l'analyse et la sélection.

Une cinquantaine d'associations de confiance ont été sélectionnées et une vingtaine ont été intégrées dans notre portefeuille sur les thématiques que nous abordons via l'Epic Fondation : l'enfance et la jeunesse - pour aider les jeunes vivant dans des conditions difficiles - et l'environnement. Pour nous, il était évident qu'il n'y a pas de justice sociale sans justice climatique. L'objectif est désormais de continuer à faire grandir la communauté autour de l'Epic Pledge pour en multiplier l'impact.

Article écrit par Anais Cherif