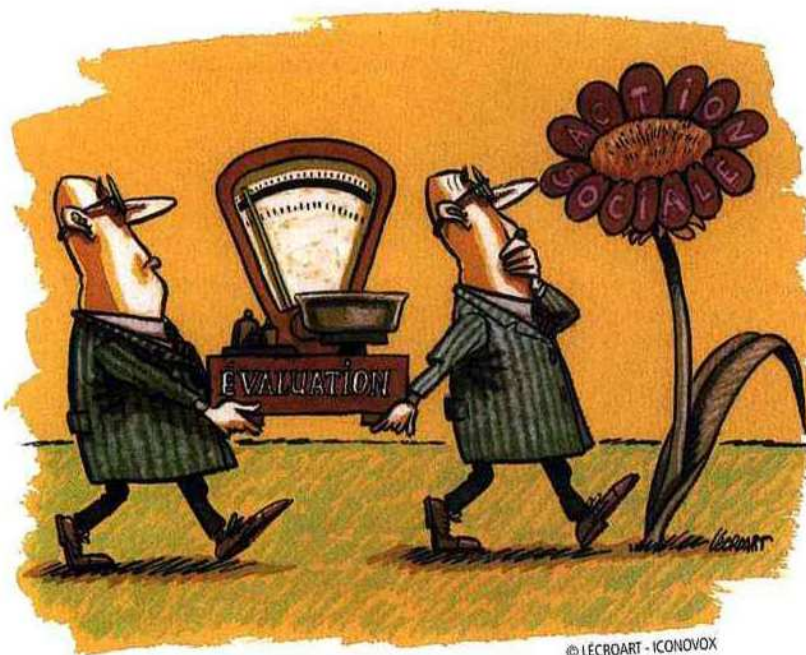


FONDATIIONS D'ÉCOLES

Comment remplir les bourses ?



C'est bien pratique une fondation pour avoir des fonds. Chaque grande école veut la sienne et les universités, s'y mettent aussi.

C'est une tendance en vogue dans l'enseignement supérieur : les grandes écoles et universités se dotent de fondations. Il faut remplir les caisses pour aider les élèves aux faibles revenus, doter de bourses d'excellence des MBA et financer quelques projets. Certains établissements font figure de précurseurs, comme Sciences Po Paris et

sa Fondation nationale des sciences politiques née en 1945 ou encore HEC qui a lancé la sienne dès 1972, reconnue depuis d'utilité publique. Quant aux universités, elles profitent de la loi autonomie qui depuis 2007 leur autorise la création de fondations partenariales avec des entreprises. Deux sources de financement : les fonds collectés auprès d'anciens élèves ou étudiants en tant que chefs d'entreprise ou simples particuliers, et les versements de boîtes partenaires. En sachant que ces dons permettent des abattements fiscaux.

DOTATION DE BOURSES MAISON

Avec 8 millions d'euros donnés en 2010, la Fondation HEC est le deuxième contributeur de l'école. Une ressource qui permet par exemple la dotation de bourses « maison ». « En 2009, elle se montait à 3,4 millions d'euros, dont 30 % pour le

MBA. Contrairement à la grande école où les bourses (60 % du budget, ndlr) visent à corriger une inégalité sociale, dans ce programme, il s'agit de bourses d'excellence – de 25 000 à 30 000 euros – pour attirer les meilleurs candidats qui font jouer la concurrence entre les écoles », souligne Daniel Bernard, président de la Fondation. À Reims Management School, la fondation finance aussi quelques bourses MBA de 8 000 à 10 000 euros. « Elles ciblent davantage les étudiants internationaux, sur des critères de revenus, d'excellence académique et de mérite personnel », indique Anna Goychman, responsable de la fondation de l'école.

Autre volet de l'activité : monter des chaires grâce aux partenariats noués avec des entreprises. Les boîtes en contrepartie bénéficient des programmes de recherche et participent à l'enseignement. L'université Paris Dauphine, qui a lancé sa fondation en 2008, a ouvert sa première chaire en Management & Diversité début 2009, avec l'appui de SFR, la Macif, La Poste, GDF-Suez, EADS et le Club du XXI^e siècle. Un an après sa création, un premier programme Certificat Management & Diversité a fait sa rentrée le 21 janvier 2010, avec une quinzaine de managers inscrits.

À l'Université d'Auvergne de Clermont-Ferrand, c'est un Diplôme universitaire (DU) pour les médecins souhaitant se former à l'industrie pharmaceutique qui va ouvrir grâce à un partenariat conclu entre la fondation de l'université et Sanofi-Aventis.

« La fondation pourra financer des colloques ou des séminaires pour des personnes en activité professionnelle », indique de son côté, Patrick Llerena, dg de la Fondation de l'université de Strasbourg, mise en place fin 2008 pour soutenir le développement de la nouvelle université de Strasbourg (Unistra), née de la



Les bourses MBA ciblent les étudiants internationaux sur des critères de revenu et de mérite.”

ANNA GOYCHMAN, responsable de la fondation de Reims Management School.

fusion de trois établissements. Quant à la Fondation HEC, elle soutient la communication des programmes Executive MBA de l'école.

INNOVATION ET PROSPECTIVE

Du côté de la Fondation Télécom - Institut Télécom - outre la recherche et la formation, l'accent est mis sur l'innovation et la prospective. « Des bourses de soutien aux entreprises incubées par nos écoles allant jusqu'à 10 000 euros sont proposées ainsi que des rencontres entre nos laboratoires, les start-up et nos grands partenaires qui permettront peut-être le lancement de projets. En 2010, nous initions un think tank sur le futur numérique », assure Véronique Deborde, sa secrétaire générale.

En cette période de crise, l'enjeu reste surtout de pérenniser les financements. ■

Gaëlle Ginibrière

■ POUR COLLECTER PLUS

5 millions d'euros... c'est le plus gros don reçu à ce jour par la Fondation HEC. Une taupinière au regard de la montagne de 300 millions de dollars versés en 2008 par l'homme d'affaires David Booth à la Chicago Graduate School of Business, qui s'était empressée de remercier son généreux donateur en se rebaptisant Chicago Booth. À l'échelle de la France, ces 5 millions sont toutefois une belle performance. À titre de comparaison, la toute jeune fondation de Reims Management School, inaugurée en pleine tourmente financière en septembre 2008, totalise une collecte de 1,7 million d'euros. Donner à son ancienne école n'est de toute évidence pas dans les habitudes hexagonales. « C'est un travail de longue haleine que de communiquer sur l'idée de contribuer par ses dons à renforcer la valeur de son diplôme, à aider les établissements à rayonner », reconnaît Yaële Afériat, directrice de l'Association française des fundraisers.

Les grandes écoles partent avec une longueur d'avance : des réseaux d'anciens déjà constitués et actifs. À Reims Management School, tous les événements de l'association des diplômés sont

l'occasion pour la fondation de se faire connaître... avec quelques succès puisque leur club de Londres a dernièrement financé une bourse.

Dans les universités, la donne est différente. « Avant de lancer notre première campagne en 2010, nous avons créé une base de données à partir des différentes bases existantes et travaillé avec l'association des anciens qui vivait pour en faire un vrai pôle. Nous cherchons également à développer le sentiment d'appartenance dès l'université, par exemple par une rencontre avec les parents des nouveaux entrants », avance Anne de Blianières, déléguée générale de la Fondation Dauphine.

À l'université d'Auvergne, t-shirts, calepins, affiches pour les salons et les journées portes ouvertes sont depuis deux ans estampillés « Made in UDA » afin de renforcer le sentiment d'appartenance. « En université, ce sentiment existe, mais il n'avait jamais été exploité. Il tient plus de l'effet réseau social que de l'attachement institutionnel. Pour établir des habitudes de dons, il faudra une génération », prédit Patrick Llerena. ■

G. G.

