



Le type de levée de fonds et ses conséquences : retour d'expérience de l'UPMC

**Séminaire CPU
FONDATIONS D'UNIVERSITE ET MECENAT : BILAN
ET PERSPECTIVES**

Vendredi 12 décembre 2014



FONDATION
UNIVERSITÉ
Pierre & Marie Curie

UPMC
SORBONNE UNIVERSITÉS



L'UPMC

- **1^{ère} université française et 6^{ème} européenne**
- Sciences, Médecine et Ingénierie
- **Jussieu, Les Facultés de Médecine** de la Pitié-Salpêtrière, Saint Antoine, Trousseau, **Polytech Paris**, des **instituts** et **3 stations marines**
- **33 000 étudiants et 200 000 alumni** dans le monde
- **120 laboratoires** associés à de grands organismes de recherche (CNRS, INSERM, CEA...)
- **Sorbonne Universités** : Paris Sorbonne; UTC; INSEAD; MNHN



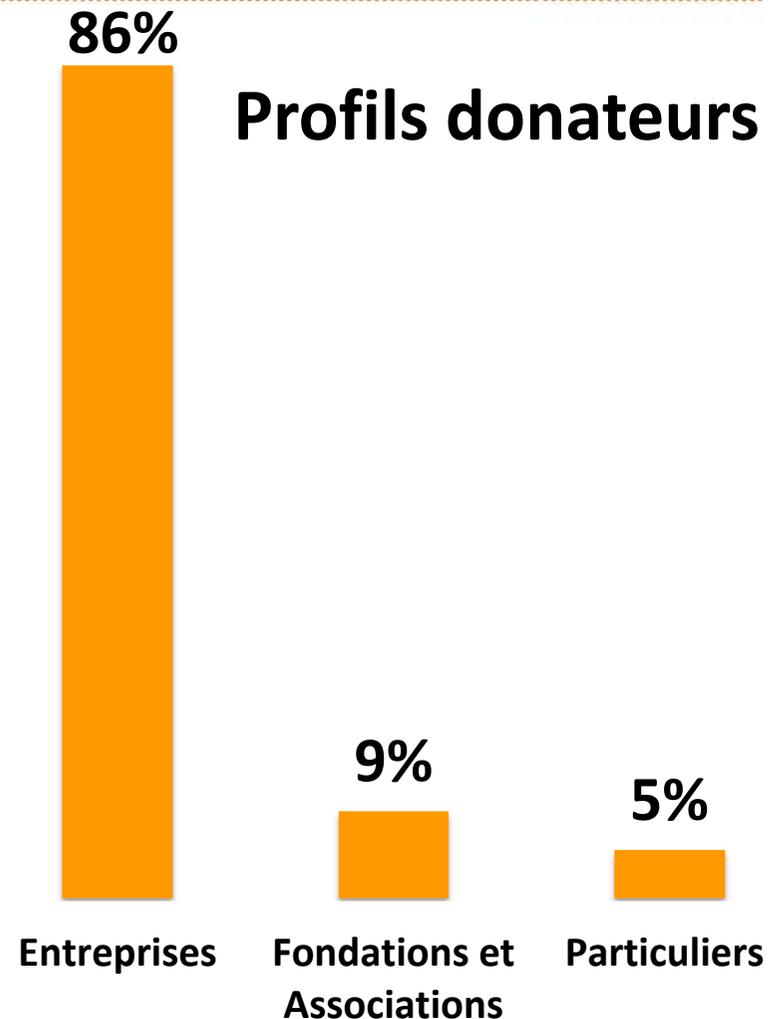
La Fondation UPMC

- Une fondation **partenariale** créée en **2009**
- Une équipe opérationnelle de **4 personnes**
- **Objectifs principaux :**
 - Développer la collecte de fonds (mécénat) pour soutenir l'UPMC dans toutes ses missions
 - Favoriser les échanges avec le monde économique
- **Actions :**
 - Financement de projets stratégiques pour l'UPMC (Chaires, Bourses, équipements, etc...)
 - Constitution d'un fonds de capitalisation (Endowment)



Bilan des mécénats obtenus

- Promesses de dons : **15M€**
- Financement de 20 projets :
 - **7 Chaires :**
 - engagement **d'au moins 1,5M€ sur 3 à 5 ans**
 - Alzheimer, robotique, cryptologie, voiture connectée....
 - **Instituts**
 - **Equipements**
 - **Bourses**





2009-2014

- **Volonté politique forte MAIS un environnement hostile**
- **Un faux départ :**
 - vision non partagée et objectif financier non testé
 - projets « top down » : besoins financiers mais non stratégiques
 - Porteurs désignés (non volontaires)
- **1ère étape : proof of concept**
 - Stratégie opportuniste
 - Centrée sur les entreprises et leurs « besoins »
- **Fundraising par projet :**
 - Modèle des Chaires : +++ et dons fléchés à 99%
- **Bilan : étape nécessaire et structurante**
 - sur la question des Alumni et des relations entreprises
 - Préparation de la future campagne



2015-2020

- **Campagne majeure** de levée de fonds :
 - Argumentaire de campagne avec vision partagée : forte mobilisation interne
 - Comité de Campagne
- **Objectif : obtenir des dons moins fléchés en définissant des axes de levée de fonds suffisamment larges**
- Démarche initiée auprès des **Grands donateurs** individuels (Alumni de haut niveau)
- **Articulation UPMC/ Sorbonne Universités**