

HEOH : LA GÉNÉROSITÉ MODERNE



Ghislain d'Alançon

Fondée en 2012, l'entreprise **Heoh** emploie dix collaborateurs. Elle distribue une solution inédite de dons sur terminaux de paiement et prochainement des cartes bancaires solidaires. Éclairage avec le fondateur de la société, Ghislain d'Alançon.

Quel est aujourd'hui le principal défi pour les associations à vocation caritative ?

Le monde associatif a de plus en plus vocation à entreprendre face à l'augmentation de la pauvreté, aux grandes causes locales, nationales et internationales. Son terrain d'action s'étend de plus en plus, mais dans le même temps son financement diminue...

Pourquoi leur financement se réduit-il ?

Les associations et les organisations non gouvernementales ont de moins en moins de subventions étatiques et locales. Le couperet est drastique depuis maintenant quelques années.

Mais il reste encore quelques financements ? Le don particulier par exemple ?

Il existe un paradoxe français : plus ça va mal, plus les Français donnent (soit plus de 8 % en 2014). Mais cette augmentation ne couvre pas les baisses des subventions publiques.

Même avec le mécénat d'entreprise...

Le mécénat d'entreprise est passé de 2,5 milliards à 1,7 milliard en cinq ans. Face à cette situation, les associations ont un besoin absolu de financement pour résoudre les grandes causes qui nous touchent tous.

C'est là où vous intervenez. En facilitant la collecte des dons...

Nous avons monté une plateforme d'intermédiation technologique, juridique, réglementaire et extrêmement innovante. Elle a été réalisée en

partenariat avec nos partenaires comme Ingenico, IBM, de grandes banques françaises et plusieurs acteurs technologiques (AVEO, Les Comptoirs et Astek). Elle fait de l'intermédiation financière entre trois mondes : celui des consommateurs, celui des commerçants et enfin celui des associations.

Quel est le principal atout de votre plateforme d'innovation ?

Notre plateforme est comme un hub d'aéroport où se branchent des satellites complètement différents des uns et des autres. Nous pouvons proposer des solutions : du don en ligne, du crowdfunding, du mécénat...

Quelle est la force de vos solutions ?

Nos solutions facilitent l'acte de donation. Elles sont conçues autour de trois axes : la fluidité de leur processus, l'information du public et bien sûr la sécurité et la traçabilité des dons.

Quelle est votre première solution ?

La GoodTransaction que nous avons inventée et qui fait l'objet d'un dépôt de brevet d'innovation

mondiale permet le don sur terminaux de paiement. C'est assez précurseur en attendant nos prochaines innovations : la carte bancaire solidaire et bien d'autres solutions encore confidentielles.

Quelle est la particularité de GoodTransaction ?

Notre solution GoodTransaction a reçu un prix et est le premier acteur à permettre la circulation des centimes dans les circuits bancaires traditionnels.

Quand démarrez-vous son déploiement industriel ?

Testée durant 2015 chez un commerçant d'une gare française, GoodTransaction a recueilli 15 000 dons. Passée aujourd'hui en mode de production, elle peut être employée sur des dizaines de milliers de terminaux de paiement.

Cette solution est-elle contraignante pour les commerçants ?

Elle est simple et très facile d'utilisation. La solution s'intègre directement dans le terminal de

HEOH : FUTUR ÉTABLISSEMENT DE PAIEMENT GÉNÉREUX

Heoh est en cours d'agrément par l'ACPR (Autorité de contrôle des banques) puisque Heoh collecte des dons pour compte de tiers ce qui constitue un service de paiement réglementé par le code monétaire et financier. Sous la délivrance d'un mandat confié par Heoh, les commerçants peuvent collecter une « montagne » de petits dons au profit d'associations et ONG. Grâce à un système complexe de cautions, garanties et d'assurances, Heoh garantit en cas de faillite ou de fraude du commerçant le versement de tout euro décaissé de la poche du donateur aux associations ou ONG en passant par des comptes de cantonnement.

L'ÉCOSYSTÈME HEOH

« Nous montons un écosystème autour d'une ou plusieurs grandes causes, » indique Ghislain d'Alançon. « Nous créons les ponts entre le monde commerçant, associatif, institutionnel (CCI, mairie) et bancaire, bref entre des mondes différents générant en cela énormément de dons et bien sûr de la valeur. »

paiement. Les dons ne rentrent pas dans le chiffre d'affaires du commerçant. Heoh ne facture rien au commerçant. Pour un commerçant lambda, il n'y a pas d'impact informatique.

La seule contrainte : c'est la signature d'un contrat...

Oui pour des questions fiscales et réglementaires. Mais le passage à la caisse n'est en revanche pas intrusif pour le client ni pour la caissière. Il n'enclenche pas non plus de frais de fonctionnement supplémentaire ni de coût de licence.

Avez-vous fait des études pour savoir combien les consommateurs peuvent donner par carte ?

Nous avons déjà réalisé de multiples études pour vérifier l'appétence du monde des commerçants, des donateurs et de notre société en général. Au fur et à mesure que nous allons déployer nos outils, nous mettrons en place des mesures d'impact. Actuellement, 50 % à 80 % des clients donnent généreusement.

Les dons ont-ils un impact sur les affaires de vos commerçants ?

Selon les résultats d'une récente étude (Nielsen), les marques commerçantes qui ont une stratégie de responsabilité sociale ont une croissance de 4 % versus 1 % de croissance dans le monde commerçant.

Comment choisissez-vous vos associations bénéficiaires ?

Sous l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution, notre comité de déontologie est présidé par l'ancien chef d'état-major de la marine, l'amiral Forissier. Il valide les projets associatifs sur des critères précis : les types d'actions, l'intégrité financière, la capacité à collecter et la qualité de la gouvernance.

Combien d'associations entrent dans votre dispositif ?

Nous avons avec Antoine Vaccaro, spécialiste de la philanthropie et cofondateur de Heoh, contractualisé une dizaine d'associations à vocation

nationale. Nous avons aussi quelques associations locales. Mais il est inutile de contractualiser une association tant que le commerçant local ne l'a pas choisi personnellement.

Le monde associatif est-il ouvert à votre solution ?

Nous avons reçu un très bon accueil dans la mesure où le monde associatif dispose de moyens de collecte quelque peu éculés et de rendements de moins en moins bons.

Pourquoi vos solutions révolutionnent-elles la relation entre l'association et le donateur ?

Grâce à nos solutions, la sollicitation se fait naturellement. Les associations ne sont plus obligées de quémander auprès du public. Elles n'ont plus qu'à remercier les donateurs et à indiquer l'affectation de leurs dons. Elles passent d'un système de quête à un système de remerciement et d'information.

En quoi cette « générosité embarquée » facilite-t-elle la donation ?

Quand le donateur libelle un chèque d'une certaine d'euros, voire de quelques dizaines d'euros, le processus est toujours compliqué. Cela fait un trou dans le budget ! Grâce à notre système, le donateur donnera de manière totalement indolore quelques centimes à chaque acte de consommation en un clic.

Avez-vous fixé un montant de donation pour l'année 2016 ?

Nous avons des objectifs à réaliser, mais vous me permettez de ne pas les communiquer. Notre stratégie est aujourd'hui de déployer industriellement nos solutions en partenariat avec les constructeurs et les distributeurs des terminaux de paiement. Nous sommes d'ailleurs en train de contractualiser avec d'autres partenaires de nature diverse pour distribuer notre solution sur des terminaux par centaines.

Combien avez-vous levé ?

Heoh a levé 500 000 euros en mai 2012 puis



1, 1 million d'euros en juin 2015. Nous sommes en train d'effectuer une nouvelle levée de fonds de plusieurs millions d'euros.

Qu'en est-il de vos projets de cartes bancaires solidaires ?

Ces cartes seront extrêmement innovantes et sortiront au deuxième semestre 2016 en partenariat avec une grande banque nationale et Visa. Mais je ne puis vous en dire encore plus.

Votre ambition est-elle de générer des possibilités de dons tous azimuts ?

L'idée est de générer un maximum de petits dons dans les actes de la vie courante, notamment de la consommation.

Avez-vous l'intention de vous développer dans le monde ?

La réglementation du paiement est européenne. Elle nous permet de nous développer plus facilement dans la zone SEPA. Et nous sommes très attentifs à d'autres continents notamment le marché américain. ■

CONTACT

HEOH
+33 1 75 77 87 43
www.heoh.net