



## Philanthropie, aussi en période de crise



Ivan Van de Cloot

Chief economist  
Itinera Institute

*Les gens dépensent en moyenne plus en philanthropie qu'en électricité ou en assurances-auto. Il n'est pas étonnant de voir un nombre limité de grands donateurs peser fortement dans le budget de la philanthropie. Au premier abord, il semble difficile d'expliquer, d'un point de vue économique, le fait de travailler durement pour un revenu qu'on distribue ensuite. Nous supposons alors que le choix fait par les individus, correspond à leurs désirs au moment où ils le font. De cette façon, la philanthropie ne doit pas être qualifiée d'irrationnelle.*

Naturellement, la motivation peut être très diverse. Certains donateurs le font par sentiment de devoir, et d'autres sous une certaine pression sociale. La plus importante motivation peut quant même se résumer au fait que les gens se sentent bien en aidant autrui. La force des idées et des émotions ne peut pas y être sous-estimée. Vu de cette façon, il y a un créateur caché de bien-être dans la philanthropie : en faisant un don de 500 euros, le donateur retire de son acte une valeur supérieure à 500 euros. Le bénéficiaire voit son bien-être augmenter par la même occasion. Au final, il y a un réel effet multiplicateur de la philanthropie. Encourager la philanthropie

par des avantages fiscaux peut par ailleurs aussi créer de la valeur supplémentaire (1).

Entre le niveau du don et le revenu, on constate habituellement une relation en

forme de U. Les familles

avec un revenu plus faible

donnent relativement

beaucoup, peut-être

parce qu'elles ont de

bonnes perspectives de

revenu. Cependant, on

parle souvent, pour ce

groupe, d'un profond

sentiment d'engagement.

Les personnes aux revenus

plus élevés donnent

logiquement plus parce

qu'elles peuvent se le permettre. Quant aux

personnes âgées, le fait qu'elles donnent

généralement plus aussi s'explique par le

fait qu'elles disposent habituellement de

plus de moyens.

Bien entendu, en matière de philanthropie,

le comportement de certains grands

donateurs est très important. Là, les dons

sont souvent des biens qui ont bénéficié



*Le don individuel fait  
souvent trop peu de  
différences et peut dès lors  
créer la tentation de jouer  
les passagers clandestins  
sur les montants des  
autres.*



de fortes plus-values. On constate par ailleurs une forte volatilité autour de ces importantes donations. Celle-ci est sans doute influencée par le fait qu'on préfère mettre de côté les dons de manière à

pouvoir refaire un bien plus gros cadeau par la suite.

Y intervient certainement aussi la plus grande

reconnaissance liée à ce genre de super dons. Et cela

est tel que le contrôle sur l'usage est plus grand aussi

dans ce cas.

Le lien entre philanthropie et entreprises à but non

lucratif a toujours été très étroit, entre autres parce

qu'il s'agit souvent d'activités dont les résultats sont difficilement mesurables

(2). Généralement, nous observons une certaine sensibilité de la philanthropie au

climat économique. Il existe cependant des exceptions : lors de la Grande Dépression,

lorsque le président Roosevelt a insisté, auprès de tout le monde, sur l'obligation

morale de travailler dans l'intérêt général,

les offrandes d'église ont atteint des sommets jamais égalés jusqu'alors. Le fait que les aides du gouvernement destinées à de bonnes finalités puissent évincer les dons privés reste une question très controversée. Les résultats à ce sujet ne sont pas pertinents, certainement parce que cela varie fortement d'un cas à l'autre. Cependant, il est clair qu'aux Etats-Unis -et cela peut-être justement parce que le rôle des autorités publiques y est plus limité- la philanthropie est facilement deux fois plus volumineuse qu'en Europe. La bonne volonté de soutenir par les dons des activités à but non lucratif apparaît souvent parce que le gouvernement n'est pas en état de satisfaire la diversité des convictions et désirs. Les spécialistes en sciences politiques expliquent cela en montrant que le gouvernement tient surtout

compte des attentes de l'électeur médian et très peu de celles des groupes minoritaires. Cependant, il n'est pas évident de bien faire usage de la philanthropie. Bien souvent, le don individuel fait trop peu de différences, au point qu'il existe la tentation de jouer les passagers clandestins sur les montants des autres. La recherche expérimentale montre qu'il est possible de limiter jusqu'à cinquante pourcents ce comportement du passager clandestin. A travers le principe de réciprocité, se crée un engagement en faveur de certaines finalités pour lesquelles les donateurs font un don s'ils voient que les autres en font un aussi.

**Ivan Van de Cloot**  
Chief economist

(1) Andreoni, J., « Philanthropy ». in S-C. Kolm and J. Mercier Ythier, eds., *Handbook of Giving, Reciprocity and Altruism*, Amsterdam: North Holland, 2006, page 1201-1269.

(2) Ben-Ner, A. and L. Putterman, "Values and institutions in economic analysis", Cambridge University Press, 1998

Onafhankelijke denktank en doetank voor duurzame economische groei en sociale bescherming.  
"Think-tank" et "do-tank" indépendant pour une croissance économique et une protection sociale durables.



Itinera Institute VZW-ASBL

Boulevard Leopold II Laan 184d - B-1080 Brussel - Bruxelles

T +32 2 412 02 62 - F +32 2 412 02 69

info@itinerainstitute.org [www.itinerainstitute.org](http://www.itinerainstitute.org)