

Le retour de la charité. La solidarité saisie par la main invisible

Éric Pineault

Number 29, 1997

La pauvreté en mutation

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1002677ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1002677ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département de sociologie - Université du Québec à Montréal

ISSN

0831-1048 (print)

1923-5771 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Pineault, É. (1997). Le retour de la charité. La solidarité saisie par la main invisible. *Cahiers de recherche sociologique*, (29), 79–102.
<https://doi.org/10.7202/1002677ar>

Article abstract

In Quebec, the deployment of neoliberal social regulation is accompanied by a growth in the number of charitable organizations and the interpenetration of social policy and charitable practices. This rebirth of charity is intimately related to the transformation of its institutional form. The process of institutionalizing of charity during modernity, at once an ideological and a judicial dynamic, culminated in the 19th century with the introduction of a system of charitable social assistance which conformed to the principles of the liberal ethic. Though the rebirth of charity rests on this institutional heritage, its current evolution is guided by decidedly "postmodern" determinations. The ideological and judicial dimensions of modern charity are based on the "communication" practices of a type of charity which has become a financing technique rather than either an ethical ideal or a political project. The rebirth of charity has resulted in the emergence of a gift market that reduces the charitable act to a transaction circumscribed by marketing and social rights viewed as "insolvent" social needs.

Le retour de la charité. La solidarité saisie par la main invisible*

Éric PINEAULT

[La bienfaisance] se trompe si elle veut que les remèdes à la misère soient réservés à la particularité du sentiment et à la contingence de ses dispositions et de ses informations, si elle se sent lésée et offensée par les règlements et les ordonnances obligatoires collectifs¹.

Marginalisée pendant la Révolution tranquille et la construction de l'État-providence, la charité connaît une renaissance spectaculaire depuis une vingtaine d'années. Celle-ci s'exprime à la fois par une croissance exponentielle du nombre d'organismes charitables — leur nombre au Québec est passé de 5880 en 1980 à 13 000 en 1995² —, par l'omniprésence d'une sollicitation «charitable» qui module la visibilité des problèmes sociaux et, finalement, sur le plan idéologique, par un renouveau des discours faisant la promotion des vertus du don comme forme privilégiée de solidarité sociale. La charité fait partie des nouvelles options sociales qui émergent dans le contexte de la crise de l'État-providence³. Elle serait particulièrement bien adaptée à la

* Cette réflexion sur le phénomène de la charité contemporaine est une synthèse d'une recherche réalisée pour le compte de l'ACEF du sud-ouest de Montréal en 1995-1996. Les résultats de cette recherche ont été publiés par l'ACEF sous la forme d'un rapport intitulé *Charité bien ordonnée, rapport critique sur l'état de la charité au Québec*, 1996. Je tiens à remercier le personnel de l'ACEF qui m'a permis d'effectuer un travail de réflexion et d'analyse qui débordait quelque peu le cadre du projet initial.

¹ G. W. F. Hegel, *Principes de la philosophie du droit*, Paris, Gallimard, 1940, p. 260, § 242.

² Il s'agit du nombre d'organismes charitables enregistrés auprès de Revenu Canada actifs au Québec, c'est-à-dire des organismes qui sont autorisés à délivrer des reçus à des fins d'impôt en échange de dons charitables, ou qui peuvent légalement être les bénéficiaires de fonds recueillis par des fondations charitables.

³ Une publicité du Centre canadien de philanthropie qui paraît régulièrement dans la section finance du quotidien *Globe and Mail* nous rappelle, non sans ambiguïté, que

«communautarisation» des politiques sociales qui semble s'imposer au Québec en réaction à la double pression d'une crise fiscale et d'une soif de reconnaissance de la part d'organismes à but non lucratif qui œuvrent dans le domaine de l'intervention sociale.

Cette nouvelle charité se présente modestement comme simple technique de financement, parmi d'autres, sur laquelle pourrait s'appuyer l'activité d'une multitude d'organismes d'intervention sociale, une source d'argent parallèle aux fonds publics qui se font de plus en plus rares et en même temps un gage de l'autonomie de ces organismes vis-à-vis de l'État⁴. Un nombre croissant d'organismes publics, parapublics et communautaires misent ainsi sur cette forme de financement pour implanter de nouveaux services ou pour tout simplement conserver des services existants. Ce recours au financement charitable nourrit depuis une dizaine d'années la prolifération d'un nouveau type d'organisation: la fondation. Déjà en 1995, onze CLSC s'étaient dotés d'une telle structure afin de financer des services ou de compenser des réductions budgétaires; les fondations universitaires, communautaires et hospitalières se sont aussi multipliées depuis le milieu des années quatre-vingt. Situées à la jonction de ce qui devrait relever de politiques sociales universelles et de droits sociaux inaliénables (éducation, santé et bien-être) et de ce qui relève effectivement de l'arbitraire de tout un chacun, le don charitable, les fondations paraissent nourrir une dynamique d'interpénétration de la *solidarité sociale* et de la *charité privée* que le libéralisme du XIXe siècle et le providentialisme du XXe avaient bien pris soin de différencier⁵.

Dans la mesure où la charité se loge au cœur de ce qui pourrait devenir le nouveau lieu de gestion des politiques sociales, elle saura

pour pallier chaque amputation de 1 % dans le budget des programmes sociaux les Canadiens devront augmenter leurs dons charitables de 8 %.

⁴ Voir, à titre d'exemple, J.-P. Bélanger, *Les organismes communautaires du réseau: un secteur de l'économie sociale à consolider et à développer*, document de travail, ministère de la Santé et des Services sociaux, juin 1995.

⁵ Certains contesteront cette interprétation en faisant valoir qu'il y a eu interpénétration de la charité et des politiques publiques tout au long de la modernité. Voir, par exemple, M. Valverde, «La charité et l'État: un mariage mixte centenaire», *Lien social et politiques—RIAC*, no 33, 1995, p. 27-35. Ainsi, même en Angleterre au cœur de la période libérale la plus radicale, les pauvres pouvaient bénéficier à la fois d'une assistance publique (Poor Law) et de la charité privée. Or il faut différencier le principe organisateur de l'assistance sociale de ces modalités empiriques; la charité privée et la solidarité sociale ont chacune servi de principes idéaux d'organisation d'une assistance sociale qui était dans les faits toujours mixte. Ce qui fait l'originalité de l'interpénétration actuelle est justement l'absence d'une idéologie de légitimation de l'organisation de l'assistance sociale. C'est d'ailleurs ce vide qui rend si attrayant pour maints acteurs et analystes le concept d'*économie sociale*.

sûrement imposer à la solidarité sociale une forme qui correspond à ses principes. Le sens de ces principes est d'autant plus difficile à saisir que la charité contemporaine a perdu la dimension moralisatrice propre à la charité libérale du XIXe siècle. On ne peut donc pas comprendre sa renaissance comme un simple retour à l'esprit du libéralisme victorien. Or, comme nous allons le voir, la forme même du financement charitable porte en soi des déterminations politiques, juridiques et organisationnelles qui transposent dans le contexte actuel certains principes de la charité libérale. Une analyse du mouvement historique qui a présidé à l'institutionnalisation de la charité pendant la modernité nous permettra de dégager ces principes formels. Puisque, au Canada et au Québec, ce socle institutionnel a été importé directement de la Grande-Bretagne, nous nous attarderons au procès d'institutionnalisation de la charité dans ce pays. Si le procès d'institutionnalisation de la charité pendant la modernité était avant tout le fruit d'un travail idéologique et se posait comme un véritable projet politique, le sens actuel des pratiques charitables semble s'être émancipé de ce champ idéologique et politique.

La charité contemporaine se présente avant tout comme une pratique organisationnelle et technique, plutôt que comme solution à caractère idéologique ou projet politique. En se délestant ainsi de sa modernité, elle acquiert une série de caractéristiques «communicationnelles» qui font d'elle une pratique publicitaire plutôt qu'un rapport éthique, et ce malgré le fait qu'elle dépende d'un sentiment éthique chez les donateurs sollicités. Publiciser les problèmes sociaux est un rouage de la logique organisationnelle de la charité contemporaine qui s'est appropriée les outils du marketing. La «marketisation» de la charité a consolidé un «marché du don» sur lequel nous devons nous pencher, puisque la marchandisation de l'acte charitable est une des caractéristiques centrales de la nouvelle charité. C'est dans cette mutation organisationnelle de la charité que nous pouvons comprendre les modalités actuelles de reproduction de cette pratique et la possibilité d'une fusion entre ces idéaux antithétiques de la modernité: charité et solidarité.

Un consensus semble se dégager en sciences sociales sur le fait qu'une nouvelle forme de régulation socioéconomique, que certains qualifient de néolibérale ou de post-fordiste, s'impose depuis les années quatre-vingt. Les transformations structurelles du système économique (mondialisation, déréglementation, flexibilisation) conjuguées au désengagement de l'État et à l'implosion de ce qui restait des cadres de la solidarité traditionnelle nourrissent le sentiment que cette nouvelle régulation sera hantée par le spectre de l'appauvrissement et de la marginalisation de couches sociales importantes et surtout hétérogènes, c'est-à-dire par ce qu'elle secrète elle-même. Si la nature et la forme

précise de cette «nouvelle question sociale» prêtent encore à des débats, la nécessité de poser la question de la justice sociale dans une perspective «post-providentialiste» semble s'imposer. Je partage ce sentiment et crois que toute tentative en vue de repenser l'institutionnalisation politique de la solidarité sociale ne peut faire l'économie d'un regard critique sur la renaissance de la charité.

Histoire de l'institutionnalisation de la charité moderne

Le concept de charité

Plus qu'un simple phénomène moral, une impulsion altruiste qui pousserait les uns à aider les autres, la charité est un phénomène social complexe structuré par un ensemble de discours et de pratiques institutionnelles médiatisant le rapport entre donateur et bénéficiaire. Les activités charitables telles que nous les connaissons aujourd'hui ne sont pas que des formes plus élaborées et plus évoluées d'un don «pur», qui a pour forme idéale la solidarité immédiate qui se manifeste entre mendiant et passant. La charité est première par rapport à la volonté subjective de donner et de recevoir. Ce qui ne veut pas dire qu'il n'y ait pas un sentiment subjectif éthique ou empathique travaillant les rapports intersubjectifs. Je ne nie pas la part de solidarité et d'empathie qui peut émerger de tout rapport de reconnaissance, mais je ne crois pas que ce sentiment subjectif puisse se matérialiser sans passer par une médiation objective. Bref, il n'y a pas d'empathie ni de solidarité à l'état «brut», elles sont toujours préstructurées par des médiations d'ordre culturel, politique ou organisationnel. Il peut même y avoir un décalage plus ou moins grand entre l'intention solidaire ou empathique subjective et la forme ultime que prend la pratique compte tenu des conditions sociohistoriques à l'intérieur desquelles elle se matérialise⁶. La charité n'est donc pas l'expression d'une forme spontanée de l'activité intersubjective⁷, elle est le résultat d'un long procès d'institutionnalisation politique qui se reflète directement dans la régulation juridique des activités de «bienfaisance». La charité est une institution, elle est médiation objective autour de laquelle se structurent un champ de pratiques sociales légitimes et effectives, et en tant que médiation elle est productrice autant de la figure du donateur que de celle du bénéficiaire.

L'anthropologie a depuis longtemps montré la diversité et l'importance sociale des formes de don dans les sociétés de culture et

⁶ Ainsi, une personne peut donner par devoir de bon chrétien même si la religion ne structure plus principalement le champ des pratiques charitables.

⁷ Comme le posent les «penseurs du don» regroupés autour de la *Revue du MAUSS*. Voir, par exemple, J. Godbout et A. Caillée, *L'esprit du don*, Montréal, Boréal, 1992.

les sociétés traditionnelles⁸. La charité se différencie de ces types de don dans la mesure où elle s'adresse à un «autre généralisé», où l'acte de donner est postulé d'abord comme résultant d'un choix, d'une décision réfléchie, plutôt que d'une obligation coutumière, et où le sens de cet acte ne s'épuise pas et ne se réalise pas dans le moment de l'accomplissement, car celui-ci n'est qu'un moyen visant l'atteinte d'une finalité, le «Bien». L'émergence de la charité est ainsi intimement liée au développement des religions⁹ dans les sociétés traditionnelles et surtout à la diffusion d'un discours moralisateur qui appelle, au nom d'un idéal ou d'une volonté extra-mondaine, une orientation du comportement humain en fonction de la réalisation du «Bien». Dans le contexte judéo-chrétien, la charité désigne à la fois une dimension virtuellement inhérente à toute action et une forme d'activité particulière qui est reconnue socialement comme moyen privilégié de faire le Bien¹⁰ par l'entremise d'un don qui s'adresse à l'autre en «général», compris comme membre indéfini de la communauté humaine. Le bien-faire du don charitable dans les sociétés chrétiennes — je pense particulièrement aux sociétés médiévales — est intimement lié à une valorisation religieuse de la pauvreté et de l'oisiveté contemplative. Le don charitable ne devait pas seulement servir de forme idéale pour tous les rapports entre chrétiens, il était la forme privilégiée du rapport entre le croyant et l'institution ecclésiastique. Par-delà l'inscription de l'institution ecclésiastique dans le système de prestations de la société féodale, le don était à l'Église ce que l'impôt deviendra pour l'État qui se centralise, une nouvelle forme d'affiliation sociale, la subjectivité de la première contrastant l'objectivité de la seconde.

La reconnaissance politique de la charité

La charité contemporaine est en grande partie le fruit de la sécularisation de la charité chrétienne. Deux forces historiques ont favorisé l'émancipation graduelle de la charité du joug de l'institution ecclésiastique: la Réforme protestante et la consolidation de la fiscalité des États absolutistes, en France et en Angleterre notamment. Ce que certains ont appelé la crise des indulgences¹¹ fut non seulement un

⁸ Pour la signification précise de ces termes, voir M. Freitag, «La genèse du politique dans les sociétés traditionnelles», *Société*, no 6, 1989, p. 41-122.

⁹ Nous suivons Weber dans sa distinction entre magie et religion avec tous les bouleversement sociaux qu'implique le passage de l'une des figures à l'autre (M. Weber, *The Sociology of Religion*, Boston, Beacon Press, 1993 [1922]; voir aussi M. Freitag, art. cité).

¹⁰ O. D. Tudor, *Tudor on Charities*, 7e éd., Londres, Sweet & Maxwell, 1984, p. 1.

¹¹ Voir à ce sujet N. Dufourcq, «Le don intéressé», dans N. Dufourcq et autres, *L'argent du cœur*, Paris, Hermann éditeur, 1996, p. 4-7.

catalyseur de la Réforme, ce fut aussi une force de sécularisation de la charité, car l'Église perdit graduellement le monopole de la définition de la finalité légitime d'un acte charitable, c'est-à-dire la définition de la «bienfaisance», au profit de l'État et de son appareil judiciaire et législatif¹². La bienfaisance devint dès lors une activité intra-mondaine et publique. Pendant cette même période, l'État absolutiste fut amené à étendre son pouvoir de régulation sur les dons pour des raisons fiscales. Entre le XVI^e et le XVII^e siècle se met en place la base de la régulation politique de l'activité charitable qui vise surtout à sortir cette activité de la sphère privée en même temps qu'elle reconnaît la légitimité de cette pratique sociale qui, sous la forme d'un don public, tend vers la réalisation du Bien. Cette reconnaissance politique est le fondement de l'immunité fiscale dont jouit encore aujourd'hui le don légitime: le don charitable ainsi que les revenus et dépenses des organismes charitables ne sont pas imposables¹³. C'est alors aussi que se fixent les deux formes légales d'organisation de l'activité charitable moderne, l'œuvre et la fiducie. La première se fait reconnaître la capacité de recevoir et d'administrer des dons afin de poursuivre des activités de «bienfaisance», la seconde permet l'administration de fonds ou de biens destinés à devenir des dons charitables. Ces formes organisationnelles de la charité, qui perdureront jusqu'à aujourd'hui, marquent la fin de la légitimité légale et politique des dons privés. C'est ainsi pendant cette période que la charité se distinguera de la mendicité et que la légitimité de la première impliquera l'illégitimité *virtuelle* de la seconde.

Une des premières tentatives de définition des finalités charitables fut la promulgation en 1601, par la couronne anglaise, du «Statut des usages charitables», aussi connu sous le nom de Statut d'Élisabeth Ire, qui établit dans son préambule les finalités charitables jugées légitimes sous la forme d'une liste d'épicerie de différentes «causes¹⁴». En fait, ce préambule n'était que le fruit de la reconnaissance politique des causes pieuses de la charité «chrétienne» héritée du Moyen Âge. Une charité

¹² Malgré tout, les institutions chrétiennes resteront longtemps les principaux acteurs charitables. Ce n'est que pendant le dernier quart du XIX^e siècle que le nombre d'organismes séculiers dépassera celui des organismes religieux. Par-delà cette sécularisation, pour les donateurs, l'acte charitable restera longtemps un devoir chrétien (Voir N. Dufourcq, «Éléments pour une histoire de la collecte de dons», dans N. Dufourcq et autres, ouvr. cité, p. 79-84).

¹³ Le don charitable est donc pour le donateur une façon de réduire son revenu imposable. C'est à ce titre une dépense fiscale pour l'État.

¹⁴ «*The relief of aged, impotent, and poor people; [...] schools of learning, free schools and scholars of universities; the repair of bridges, havens, causeways, churches [...]; the education and preferment of orphans; the relief, stock or maintenance of houses of correction; marriages of poor maids; supportation, aid and help of young tradesmen, handicraftsmen and persons decayed...*» Preamble, Charitable Uses Act 1601, cité dans O. D. Tudor, ouvr. cité, p. 3.

chrétienne à l'intérieur de laquelle se confondaient à la fois le rapport du croyant avec l'institution et celui de la société avec les pauvres en général, car tout un pan de l'institution ecclésiastique était devenu un véritable système d'assistance sociale dans les sociétés d'Ancien Régime. Le fondement idéologique de cette charité reposait sur la valorisation de la pauvreté et de l'oisiveté contemplative, ou du moins sur le devoir de respecter la première et de soutenir par le don la seconde. Or «le problème central des systèmes d'assistance de l'époque moderne est posé depuis qu'au XVII^e siècle la pauvreté a cessé d'être une vertu et que l'oisiveté est devenue un vice¹⁵». L'entrée en crise de ces valeurs au début de la modernité nourrira un processus de réforme politique de la charité par lequel l'Église perdra graduellement son emprise sur cette institution.

L'adoption de la première législation relative aux finalités charitables est contemporaine d'un autre débat politique: l'adoption de la Poor Law en 1601 en Angleterre. Bien que le champ des pratiques charitables reconnues, par exemple dans le statut de 1601, soit très large, c'est la question des activités d'assistance sociale qui guidera un procès d'institutionnalisation de la charité qui dissociera radicalement l'attitude charitable chrétienne des pratiques charitables légalement reconnues. La charité, comme médiation institutionnelle, émergera par la singularisation du don charitable et la régulation politique et juridique de cet acte singulier auquel on donnera un sens idéologique précis radicalement différent de la «bienfaisance» chrétienne¹⁶. C'est ce travail idéologique qui donnera sens à l'acte charitable moderne en orientant le travail de judiciarisation et qui inspirera la réforme et l'organisation des œuvres charitables.

Idéologie libérale et charité moderne

Le procès d'institutionnalisation de la charité s'est déroulé pendant une période qui s'étend de la dissolution des formes traditionnelles de solidarité sociale (le droit à l'assistance des sociétés statutaires) à la reconstruction politique d'une solidarité sociale providentialiste au début du XX^e siècle. La charité sera directement mobilisée dans le

¹⁵ C. Topalov, *Naissance du chômeur 1880-1910*, Paris, Albin Michel, 1994, p. 193.

¹⁶ Bien que très proche de l'éthique de la responsabilité protestante. Dans plusieurs pays catholiques, l'Église résistera à une redéfinition séculaire de la charité. Ainsi, en France et en Belgique, les réformateurs libéraux emprunteront alors le terme «philanthropie» qu'ils opposeront à la charité chrétienne. Voir à ce sujet C. Duprat, «Des lumières au premier XIX^e siècle: voie française de la philanthropie», dans C. Bec et autres (dir.), *Philanthropies et politiques sociales en Europe (XVIII^e-XX^e siècles)*, Paris, Anthropos, 1994, p. 3-15.

travail de dissolution des premières formes et pour contrer la mise en place de la seconde. Entre ces deux moments, les idéologues de la charité ont rêvé de faire de celle-ci la base d'un système d'assistance sociale conforme aux principes du libéralisme utopique des XVIII^e et XIX^e siècles. Ce libéralisme se fit le porte-parole d'une redéfinition des pratiques charitables visant la rationalisation de l'assistance sociale — l'abolition du droit inconditionnel des pauvres à l'assistance — en fonction de la mise en place d'un marché autorégulé du travail¹⁷. On souhaitait créer, pour le capitalisme industriel montant, une classe ouvrière qui dépendrait pour subsister exclusivement d'un revenu généré par la vente de la force de travail, à partir d'une classe qui subsistait grâce à une pluralité de mécanismes: salaire, mais aussi don, troc, production domestique et assistance publique. Ainsi seuls ceux qui, parmi le «Peuple», ne pouvaient pas devenir des travailleurs pour des raisons «objectives» devenaient des «indigents» ayant légitimement droit à une forme ou une autre d'assistance¹⁸.

La charité était destinée à devenir une des dimensions centrales de l'éthique libérale de la responsabilité qui accompagnait et légitimait ces bouleversements sociaux. C'était «un devoir social et religieux que de prélever sur ce que l'on a pour aider les indigents et la collectivité. Ce devoir s'accomplit par le biais de sociétés bénévoles qui luttent contre des maux sociaux et moraux spécifiques. Dès la fin du XVIII^e siècle, les bouleversements économiques et humains provoqués par la révolution industrielle engendrent une augmentation de la charité privée¹⁹». Bien-faire signifiait, pour cette société libérale à l'intérieur de laquelle s'est développée l'institution charitable, agir en conformité avec quatre idéaux:

La charité, dans le sens légal, peut être plus précisément définie comme un don qui est versé [...] pour le bénéfice d'un nombre indéfini de

¹⁷ Voir à ce sujet K. Polanyi, *La grande transformation*, Paris Gallimard, 1983 [1944]; M. Lalonde, «Groupes populaires et effritement des identités culturelles», *Conjonctures et politique*, no 6, 1985, p. 59-72; S. Mencher, *Poor Law to Poverty Program*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, 1967 p. 98; C. Topalov, ouvr. cité, p. 197; et E. J. Hobsbawm, *L'âge du capital*, Paris, Fayard, 1978 [1975].

¹⁸ À titre d'exemple, dans ses *Principes d'économie politique* (1848), John Stuart Mill affirmait: «*What the state may and should abandon to private charity is the task of distinguishing between one case of real necessity and another. Private charity can give more to the more deserving. The state must act by general rules. It cannot undertake to discriminate between the deserving and the undeserving indigent. It owes no more than subsistence to the first, and can give no less to the last [...]. Private charity can make these distinctions.*» (Cité dans M. Chesterman, *Charities, Trusts, and Social Welfare*, Londres, Weidenfeld and Nicolson, 1979, p. 45.)

¹⁹ F. Barret-Ducrocq, «La mobilisation philanthropique à Londres dans la période victorienne: une sainte violence» dans C. Bec et autres (dir.), ouvr. cité, p. 17-18.

personnes, soit pour amener leurs esprits et leurs cœurs sous l'influence de l'éducation ou de la religion, soit pour soulager leurs corps de maladies, souffrances ou contraintes, soit pour les assister à s'établir dans la vie ou pour ériger ou entretenir des édifices ou des travaux publics ou pour autrement alléger les fardeaux du gouvernement²⁰.

La charité libérale était pensée, voire idéalisée, comme un système éliminant la pauvreté grâce à un double mouvement: d'une part, l'inclusion des «aptes» au travail par des mécanismes combinant pédagogie et répression sous le joug de la moralisation, et, d'autre part, en ce qui concerne les pauvres «inaptes», la gestion de leur exclusion afin d'éviter qu'elle se conjugue à l'indigence. À partir de la deuxième moitié du XIXe siècle, pour que se réalise cette rationalisation de la charité, un vent d'«organisation» de la charité souffle sur les pays industrialisés.

C'est dans ce contexte que sont apparues les associations charitables «réformées», telle la Charity Organization Society, à Londres, qui fut un véritable modèle pour le mouvement européen et nord-américain de la charité organisée et sécularisée. Cette association volontaire avait été créée par des notables de la bourgeoisie londonienne en 1869 sous le nom de Société pour l'organisation de la charité et la répression de la mendicité. Comme son nom l'indique, elle s'opposait activement aux dons privés «inorganisés» d'individu à individu, tout comme aux dons distribués sans discrimination par des associations religieuses ou séculières. Ce travail de réforme libérale de la charité déborda le champ de l'assistance économique et s'étendit aux domaines de l'éducation, de l'enseignement religieux et du système de santé, qui durent tous mettre leurs activités au service de la classification et de la gestion éclairée de l'indigence²¹.

C'est cette réforme de la charité qui a permis son autonomisation par rapport aux institutions religieuses et sa consolidation comme sphère institutionnelle de la pratique sociale, non seulement sur le plan juridique, mais aussi directement au chapitre des pratiques empiriques. La «charité» prit concrètement dans la société un sens précis, désignant

²⁰ O. D. Tudor, *ouvr. cité*, p. 234. Traduction libre.

²¹ M. Chesterman, *ouvr. cité*, p. 43-53. Cette réforme de la charité ne se limitait pas seulement à la rationalisation de l'intervention, elle impliquait aussi une rationalisation de la sollicitation charitable. Le pendant anglophone de Centraide, United Way, est apparu aux États-Unis et au Canada anglais justement pour répondre à ce besoin de rationalisation de la sollicitation. Ce développement était d'autant plus intéressant pour les promoteurs libéraux de la charité réformée que cela leur permettait d'exercer un plus grand contrôle sur la forme que prenait l'intervention sociale des œuvres de charité.

un ensemble d'actes singuliers, une praxis particulière, qui trouvait son unité en elle-même et en référence à une idéologie plus large. Du coup, tant la figure du donateur que celle du bénéficiaire cessèrent d'être exclusivement des figures chrétiennes pour lesquelles la charité était une dimension globale, mais diffuse, de tout rapport social. L'éthique libérale de la responsabilité a servi de référence à la construction des figures séculaires du donateur et du bénéficiaire: «Le discours éthique libéral associe [...] à l'exhortation à la charité adressée aux mieux nantis une éthique de la responsabilité individuelle. Les classes favorisées sont ainsi incitées à se montrer charitables en même temps que les démunis sont renvoyés à leurs responsabilités personnelles et à la nécessité de se réformer²².»

Au terme de ce court survol historique, et avant d'entreprendre l'examen des caractéristiques de la charité contemporaine, que pouvons-nous dire du socle institutionnel sur lequel s'appuient les pratiques charitables contemporaines? L'institution charitable a visé l'auto-organisation à l'intérieur de la société civile de l'assistance sociale — voire de tout projet collectif qui ne s'inscrivait pas dans le cadre du marché — sur la base de l'exigence morale du «bien-faire». Les idéaux de la charité moderne ont servi de cadre législatif à la régulation juridique et administrative des pratiques charitables au Canada. Leur unité a par la suite été refoulée par le providentialisme et aujourd'hui, bien que le fondement institutionnel des pratiques charitables soit le même que celui qui fut mis en place pendant la révolution libérale, ce sont de nouvelles déterminations qui orientent l'évolution des pratiques charitables. C'est justement sur celles-ci que nous devons maintenant nous pencher, en limitant notre regard à la société québécoise.

La renaissance de la charité au Québec

La modernisation de la charité au Québec est un phénomène assez tardif. Jusqu'au milieu du XXe siècle, malgré le fait que nous avons hérité du cadre juridique de la charité libérale anglaise, les pratiques charitables étaient presque entièrement monopolisées par l'Église catholique. Celle-ci administrait un système d'assistance sociale qui, tant sur le plan idéologique que sur le plan organisationnel, se rapprochait de la «charité» médiévale tout en existant en parallèle avec un système d'assistance publique moderne. La Révolution tranquille a fait miroiter l'espoir d'une étatisation complète du système d'assistance sociale et

²² J. Beauchemin, «Itinérance et marginalité dans le discours éthique néolibéral: la citoyenneté déçue», transcription d'une communication présentée dans le cadre du colloque «Itinérance et citoyenneté», Montréal, juin 1997, p. 5.

donc de la disparition virtuelle des pratiques charitables. Pourtant, le nombre d'organisations non religieuses qui ont demandé une reconnaissance de statut charitable auprès de l'État²³ n'a fait qu'augmenter depuis les années soixante. La modernisation de la charité au Québec a donc été un phénomène parallèle au développement de l'État-providence, et le projet de faire de la charité le fondement d'un système d'assistance sociale libérale ne s'est jamais concrétisé. D'emblée, la charité sécularisée était, au Québec, un simple statut juridique servant le développement et le financement d'un secteur «associatif» en pleine expansion. Nous ne nous pencherons pas ici sur le dynamisme particulier de ce secteur et sur la signification sociologique de ces multiples figures²⁴, qui vont du mouvement social aux nouveaux mouvements sociaux, en passant par le mouvement communautaire pour finalement se faire reconnaître comme «économie sociale²⁵». Ce que nous tenterons de comprendre, ce sont les mutations qui ont affecté l'institution charitable en tant qu'elle a été récupérée par ces organisations et que, de projet idéologique, elle est devenue technique de financement.

Actuellement, les organisations qui jouissent du statut d'organisme charitable ne se reconnaissent pas *essentiellement* par ce statut; ce n'est pas une idée de la charité (libérale ou chrétienne) qui détermine le contenu de leurs pratiques. Le statut d'organisme charitable leur permet de profiter de l'immunité fiscale que l'État avait accordée aux œuvres et fiduciaires dès le XVIIe siècle, dans la mesure où elles peuvent faire la

²³ La reconnaissance légale du statut d'organisme de charité relève du gouvernement fédéral. C'est Revenu Canada qui détient ce mandat; on y a créé la Division des organismes de bienfaisance.

²⁴ Pour une interprétation qui participe de la promotion du concept d'économie sociale, voir P. R. Bélanger et B. Lévesque, «Le mouvement populaire et communautaire: de la revendication au partenariat (1963-1992)», dans G. Daigle et G. Rocher (dir.), *Le Québec en jeu: comprendre les grands défis*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 1992, p. 713-747. Pour une critique du concept d'économie sociale et une analyse de sa tentative pour légitimer (et provoquer!) une orientation entrepreneuriale dans le mouvement communautaire, voir L. Boivin et M. Fortier (dir.), *L'économie sociale, l'avenir d'une illusion*, Montréal, Fides, à paraître en 1997.

²⁵ Dont le développement le plus significatif est à mon sens la redéfinition de l'association volontaire membre d'un mouvement en entreprise participant à un secteur économique. Par-delà la question de la dépolitisation, il y a aussi celle, plus pernicieuse, d'une marchandisation des activités associatives. Voir l'association volontaire comme entreprise, c'est la percevoir en vertu de catégories comptables plutôt qu'en vertu de catégories politiques. Par ailleurs, même si les rapports entre bénéficiaires et organismes s'établissent sur une base de réciprocité ou de solidarité, les rapports des entreprises entre elles sont ceux, typiques, des autres secteurs économiques, soit des rapports marchands. Nous y reviendrons plus loin, quand nous aborderons la question du marché du don.

preuve que leurs activités participent de la poursuite d'une des quatre finalités de la charité libérale moderne. Or non seulement le sens de ces finalités a-t-il été étendu, mais cette extension n'est plus, depuis deux décennies, le résultat d'un travail de légitimation idéologique à l'intérieur de la sphère politique ou du système juridique; elle est directement le produit d'une reconnaissance bureaucratique de la part d'administrateurs à Revenu Canada. Le cadre formel des finalités charitables modernes, qui devait son unité à l'idéologie libérale et à la tentative de faire de la charité un système d'assistance sociale, a ainsi été débordé par les pratiques empiriques des organisations qui jouissaient ou désiraient jouir du statut juridique d'organisme de bienfaisance²⁶. L'insitution charitable est à la remorque des pratiques d'organisations qui ne se reconnaissent plus *a priori* sur le plan idéologique comme charitables. De plus, rares sont les organisations, enregistrées auprès de Revenu Canada comme charitables, qui se financent exclusivement par des dons. Quelle est donc, dans ce contexte, l'unité des pratiques charitables?

Je crois que l'unité de la charité contemporaine est l'unité d'une technique de financement basée sur la sollicitation de dons dans le contexte d'une société de consommation de masse²⁷. Plus radicalement, on pourrait dire que l'unité des pratiques charitables, c'est-à-dire ce qui produit *a priori* la figure du donateur et du bénéficiaire et qui médiatise leurs rapports réciproques, ce n'est plus seulement un cadre de régulation juridique, et encore moins directement une référence idéologique, c'est un espace communicationnel créé par le marketing, et cet espace, on peut le nommer «marché du don». La charité contemporaine est née de la séparation, voire de la rupture, au sein des organismes enregistrés comme charitables, entre les activités associatives ou d'intervention sociale et les pratiques de sollicitation charitable, chacune devant assurer sa propre unité et sa propre cohérence. Ainsi, les organismes dans le domaine de l'assistance sociale définissent leurs objectifs et structurent leurs interventions non plus sur une base morale mais plutôt à partir de

²⁶ Ce système de reconnaissance administrative a été utilisé avec profit par certaines organisations en quête de légitimité auprès de l'opinion publique ou auprès de divers organismes publics: ainsi, la secte des raéliens a fait de son statut d'organisme charitable accordé par le gouvernement canadien un signe de légitimité de sa doctrine.

²⁷ C'est aux États-Unis, dès le début du XXe siècle, que se manifeste en premier cette nouvelle charité, avec l'émergence de la figure du *fundraiser*, c'est-à-dire du professionnel en sollicitation de masse. La professionnalisation de la sollicitation est allée un cran plus loin pendant les années cinquante quand la fonction de *fundraiser* a été monopolisée par une corporation professionnelle et qu'elle a fait l'objet d'un ensemble de mesures législatives visant à encadrer tant la profession que les activités de sollicitation charitable en général. Voir à ce sujet A. R. Andreason et P. Kotler, *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*, New Jersey, Prentice-Hall, 1994, «Introduction».

la notion providentialiste de risque social. Bref, les causes «pieuses» se sont transformées en «problèmes sociaux objectifs». La reconnaissance de ces problèmes ne se fait plus à la lumière de critères moraux partagés par une culture commune, fût-elle bourgeoise, mais plutôt à la lumière du savoir scientifique d'experts en problèmes sociaux. Quant à la sollicitation charitable, qui ne s'unifie plus à l'activité de l'organisme, elle s'est émancipée et, grâce à sa «marketisation», est devenue une finalité en elle-même.

La renaissance de la charité, c'est donc en même temps sa mutation en pratique purement organisationnelle qui ne se fonde plus directement sur une dimension idéologique, d'où sa «neutralité» éthique qui peut nous faire oublier son passé libéral, et le renouveau d'une emprise de plus en plus déterminante de la charité sur la solidarité sociale. Nous allons tenter de dégager les caractéristiques principales de cette charité «communicationnelle» et «marchande» en limitant notre regard sur son développement au Québec.

Une nouvelle figure de l'action charitable: la fondation

Il y avait en 1995 plus de 13 000 organismes charitables au Québec, la majorité de ceux-ci ayant été créés après 1980²⁸. À partir de cette date, il y a non seulement eu intensification de la mise sur pied de nouveaux organismes charitables (de plus en plus d'organismes sont créés chaque année), mais leurs champs d'intervention se sont diversifiés. À compter de 1970, la création d'organismes à vocation religieuse a diminué, et, depuis 1980, il y a pullulement de nouveaux organismes qui interviennent dans les champs du bien-être, des soins autres que les traitements et de l'éducation. Ainsi de 1970 à 1980, moins de 500 organismes intervenant dans le champ du bien-être ont été mis sur pied, tandis qu'entre 1990 et 1995 près de 1500 nouveaux organismes ont été créés. Ce scénario se répète dans les champs de l'éducation et des soins, dans l'ensemble desquels la création de nouveaux organismes par décennie est deux fois plus importante entre 1980 et 1990 qu'entre 1960 et 1970 ou 1970 et 1980. Cette progression des causes charitables dans le domaine des «services sociaux»

²⁸ En 1980, on comptait 5880 organismes charitables au Québec; entre 1980 et 1995, leur nombre a plus que doublé. La croissance du nombre d'organismes charitables est beaucoup plus rapide au Québec qu'au Canada dans son ensemble, où elle n'était que de 39 % pour la période de 1980 à 1994. Au Canada, en 1980, il y avait près de 51 000 organismes charitables, et un peu plus de 71 000 en 1994 (statistiques calculées à partir des données du ministère du Revenu du Canada, Division des organismes de bienfaisance).

concorde avec le début des compressions budgétaires dans les programmes sociaux dans les années quatre-vingt.

Parallèlement à cette multiplication des organismes est apparue une nouvelle figure organisationnelle dans le milieu associatif qui témoigne de la mutation communicationnelle de la charité: la fondation. De 1980 à 1995, le nombre d'organismes charitables qui portent le nom (raison sociale) de fondation a presque quadruplé, passant de 465 à plus de 1600. Or le mot «fondation» n'est pas qu'un attribut qu'une association peut librement s'approprier, c'est aussi une catégorie administrative et juridique par laquelle Revenu Canada peut différencier les pratiques des organismes enregistrés comme charitables. Les textes des lois qui régissent la charité au Canada définissent assez précisément la notion de fondation: c'est une entité dont la fonction première est la redistribution de fonds à des organisations de bienfaisance²⁹. Les organismes qui veulent bénéficier des privilèges liés au statut d'organisme de bienfaisance doivent spécifier si leur mission fait d'eux des œuvres ou des fondations. Or, au Québec, en 1995, 62 % des organismes charitables qui portaient le nom de fondation n'étaient pas légalement des fondations, mais des œuvres de charité. Comment expliquer ce décalage entre la norme juridique et le fait empirique, et en même temps l'engouement pour le nom «fondation»?

Depuis 1980, la notion de fondation revêt une signification très différente de son sens légal. Le sens de la notion de fondation s'est littéralement inversé; désignant au départ une entité vouée à la *distribution* de fonds, la notion de fondation désigne aujourd'hui une entité qui, à première vue, se consacre à la *collecte* de fonds auprès du public afin de répondre à une ou plusieurs causes charitables. La notion de fondation, depuis une quinzaine d'années, sert tout organisme qui mise sur la sollicitation charitable pour financer ses activités ou celles d'un organisme tiers. «Fondation» est devenu synonyme de «sollicitation de masse», c'est un terme dont la fonction correspond plus à des impératifs publicitaires qu'à des dispositions légales. La nouvelle définition de la notion de fondation permet à un nombre croissant d'organismes de se lancer dans une campagne de sollicitation avec une légitimité gagnée d'avance: toute cause est légitime dans la mesure où elle a sa fondation.

²⁹ Revenu Canada distingue trois types d'organismes «bienfaisants»: l'*œuvre charitable*, dont l'activité première est la bienfaisance; la *fondation privée*, dont la fonction est la gestion et la distribution de fonds à des donateurs désignés (en général des œuvres de bienfaisance), ces fonds provenant de personnes liées soit par des liens de parenté ou de travail; la *fondation publique*, dont la fonction est la même que celle la fondation privée mais qui est caractérisée par l'absence de liens entre donateurs et administrateurs.

On ne peut saisir le sens de la renaissance de la charité dans l'explosion du nombre d'organismes enregistrés comme charitables et dans la diversification de leurs champs d'action, comme je l'ai mentionné plus haut, cela en raison du dynamisme propre au secteur associatif et à son interaction avec l'État-providence (les modalités de son partenariat diront certains). Mais l'avènement d'une forme organisationnelle en fonction des exigences communicationnelles de la sollicitation de masse témoigne d'une mutation profonde de l'institution charitable. Les fondations sont de véritables entreprises de sollicitation, c'est-à-dire de marketing. Tous les organismes charitables ne se présentent pas comme des fondations, mais dans la mesure où ils misent sur la sollicitation de dons, ils participent tous activement ou par défaut à un «marché du don» qui est de loin la caractéristique centrale de la charité contemporaine.

Le marché du don

Le financement des organismes charitables peut prendre plusieurs formes: sollicitation de fonds publics (subventions), sollicitation auprès de fondations familiales ou auprès de corporations privées, sollicitation du grand public et collecte de fonds auprès d'un cercle restreint de membres. Le marché du don est le produit de la forme de sollicitation faisant appel au public en général. Aujourd'hui, les activités de financement des organismes charitables sont de plus en plus dominées par ce type de sollicitation. Déjà en 1980, une majorité des organismes charitables québécois couvraient en moyenne 46 % de leurs besoins de financement par le moyen de la sollicitation publique³⁰. Il y eut une période, entre 1975 et 1985, où les «événements»-bénéfice étaient aussi un des grands modes de financement des organismes charitables. L'organisation de spectacles (radiothons, téléthons, concerts-bénéfice), de jeux et de concours de toutes sortes (bingos, loteries, les autres «thons» marchethons, cyclethons) a pour un temps été une des stratégies de financement favorites des organismes québécois. Or la rentabilité de ce type de sollicitation est devenue de moins en moins certaine à mesure qu'on avançait dans les années quatre-vingt. La deuxième moitié des années quatre-vingt est marquée, en matière de financement, par un virage majeur vers la sollicitation à grande échelle. La campagne devient l'outil de financement de base des organismes charitables. La sollicitation à grande échelle implique que la notion de campagne de financement soit pensée sous l'angle du marketing, comme une campagne «publicitaire» en bonne et due forme. La sollicitation charitable se moule donc au processus de vente et de publicité typique

³⁰ Bureau de la statistique, Division du commerce et des services, *Certaines statistiques financières des organismes de charité: 1980*, Ottawa, Statistique Canada, 1982.

du marketing dans l'entreprise privée. Pour ce faire, les organismes charitables eux-mêmes analysent leur situation de financement selon les modalités du marketing. Nous allons prendre le temps d'examiner ces notions de marketing que les organismes appliquent à leur situation.

Le marketing «charitable» — science de la gestion des relations entre le «marché» (l'ensemble des donateurs) et l'entreprise (l'organisme charitable) permettant de maximiser la rentabilité des activités de sollicitation dans une situation de concurrence — va donner lieu à une professionnalisation des activités de sollicitation dans les organismes charitables, et la sollicitation pourra se distinguer totalement de l'activité concrète de bienfaisance qu'elle sert à financer³¹. La «marketisation» de la sollicitation charitable ne s'assignera qu'un objectif: amasser le plus d'argent possible. L'approche marketing en charité part d'un postulat³²: il existe un bassin limité de donateurs potentiels devant lesquels on retrouve une multitude d'organismes charitables, chacun tentant de maximiser la rentabilité de ses pratiques de sollicitation. En d'autres termes, il y a un marché: les dons, et un ensemble de concurrents: les organismes charitables. La première tâche d'un organisme qui applique l'approche marketing à la sollicitation consiste à brosser un portrait du marché et de la position qu'il occupe par rapport à ses concurrents. Or rares sont les organismes charitables qui ont les ressources nécessaires pour effectuer ces études de marketing.

Depuis le début des années quatre-vingt-dix, les organismes charitables font de plus en plus appel à des agences privées de marketing pour leurs besoins de sollicitation et de communication publique. Le recours aux services des agences est motivé par la conviction qu'ils augmentent l'efficacité de la sollicitation charitable. De plus, le recours aux agences de marketing est quasi inévitable, dans la mesure où la sollicitation charitable se fait à l'intérieur de cet espace public «publicitaire» et que la visibilité de l'organisme dépend d'un ensemble de «communications» en compétition avec l'ensemble des autres «messages» circulant dans cet espace. Les agences de marketing et de communication sont devenues les véritables architectes de l'espace

³¹ C'est ce qui sera à l'origine de l'explosion des fondations charitables signalée plus haut.

³² Cette analyse du marketing charitable s'appuie sur plusieurs sources dont les principales sont: C. Hoang et A. J. Cusson, *Financement des organismes sans but lucratif*, Boucherville, Éditions G. Vermette, 1991; A. R. Andreason et P. Kotler, ouvr. cité; Q. Wood, *Marketing contre pauvreté*, Paris, Éditions ouvrières, 1993; H. Jolin, *Histoire de Centraide Montréal, approche chronologique*, Services conseils J. A. inc., 1993; A. Vaccaro, «Les techniques modernes de collecte des dons», dans N. Dufourcq et autres, ouvr. cité, p. 113-140; et D. Bruneau, «Le marché du don vu par une association», dans N. Dufourcq, et autres, ouvr. cité, p. 151-158; ainsi que sur plusieurs rapports de campagne et rapports annuels de Centraide-Grand-Montréal.

public «publicitaire», en ce sens que la majorité des messages qui y circulent sont le fruit de leur travail³³. Ces agences non seulement possèdent les moyens techniques nécessaires à la bonne marche d'une campagne de sollicitation, mais sont en mesure de déterminer quel format les messages publicitaires devront avoir.

Les opérations de marketing entourant la sollicitation charitable entraîne diverses conséquences, la plus frappante étant le développement d'un marché du don qui exige l'application de règles marchandes à l'acte charitable: la sollicitation et le don sont régis par la loi de l'offre et de la demande³⁴. En effet, pour le marketing, le donateur est quelqu'un qui a un besoin: celui de donner de l'argent à une cause; l'organisme qui sollicite offre un produit: une capacité d'utiliser de l'argent pour faire avancer une cause. Dans cette optique, le don est une marchandise convoitée par les solliciteurs, et le donateur est un consommateur de «causes». Celui qui, aujourd'hui, veut «faire du bien» en faisant un don se retrouve devant une véritable industrie dont le fonctionnement et les structures sont à ses yeux des plus complexes. Il est traité en consommateur par ceux-là mêmes, qui organisent les campagnes de sollicitation, et compte tenu de l'interpellation publicitaire qui lui est adressée, il réagit lui-même en consommateur. Ainsi, le donateur-consommateur fait l'objet de toute une série d'études de «marché», car il faut découvrir ses «besoins», segmenter cette population en groupes homogènes et cibler les «clientèles» les plus rentables. L'individu continuellement interpellé par des publicités l'invitant à verser sa contribution et un peu confus devant la multiplication des «causes» tentera de rationaliser ses dons afin de maximiser leur efficacité et de soutenir les «causes» qui répondent à ses «valeurs».

La publicité à vocation charitable

La sollicitation charitable repose sur le principe qu'il faut «vendre sa cause» pour amasser des fonds. La publicité et son corollaire, les «relations publiques», sont ainsi devenus les moyens privilégiés de toute

³³ Sur la notion d'espace public «publicitaire», voir N. Luhmann, «Societal complexity and public opinion», dans *Political Theory in the Welfare State*, New York, Aldine de Gruyter, 1991, p. 203-217, ainsi que J. Habermas, «Further reflections on the public sphere», dans C. Calhoun (dir.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge (Mass.), MIT Press, 1992, p. 421-457.

³⁴ Curieusement, dans ce contexte, la sollicitation charitable, malgré le fait que l'on *demande* de l'argent au public, est comprise du point de vue des professionnels de la sollicitation comme l'*offre* dans ce nouveau marché: on offre une occasion de faire une action charitable. Parallèlement, le don, malgré le fait qu'on *offre* de l'argent à un organisme, est considéré économiquement comme la *demande* dans le marché du don.

campagne de collecte de fonds. La fonction de base de cet effort de communication est la «gestion de la perception» qu'ont les donateurs en vue de les persuader de faire un don. Mais la perception que peut avoir un donateur d'un organisme n'est pas un reflet passif des actions de l'organisme: le donateur ne peut pas «voir» tout ce que fait un organisme ni ce que recouvre son activité bienfaitante. La gestion de la perception implique que l'organisme tentera, par l'entremise d'une stratégie de communication, d'influer sur la perception du donateur potentiel. L'organisme doit construire, diffuser et entretenir activement une image «publique» de lui-même en fonction des caractéristiques du marché du don sans que cela ait de lien direct avec les activités quotidiennes de l'organisme. Évidemment, la publicité est un moyen privilégié pour gérer les perceptions collectives du public. Une analyse des thèmes publicitaires exploités pendant plusieurs campagnes de financement en 1994-1995 indique que, malgré la multitude des causes, la majorité des messages publicitaires à vocation charitable s'articulaient autour de deux axes thématiques: *impuissance/puissance* et *hasard/nécessité statistique*.

L'axe thématique *impuissance/puissance* vise à montrer la capacité de l'organisme charitable à intervenir efficacement sur un problème devant lequel l'individu se sent impuissant. Il s'agit de souligner, par une image ou un court texte, une situation problématique, voire intolérable, qui mobilise immédiatement les valeurs du public, valeurs qui ont été sondées au préalable. La publicité fera valoir, souvent par le biais d'un slogan, la capacité d'intervention et les réalisations de l'organisme dans le domaine en question. Le message devra faire sentir au public qu'il peut s'associer à la démarche de l'organisme. Le slogan utilisé par Centraide du Grand Montréal depuis 1995, «Le don de changer les choses», avec en arrière-plan une petite fille en haillons, et celui d'Oxfam depuis 1996, «Pourquoi donner à Oxfam? Pour changer le monde!», constituent deux bons exemples de messages axés sur le thème de l'impuissance/puissance.

L'axe thématique *hasard/nécessité statistique* est surtout exploité par les organismes charitables œuvrant dans le domaine de la santé, quoiqu'on le retrouve sous une forme implicite dans les autres messages publicitaires à vocation charitable. Sous cet angle, le problème que veut soulager l'organisme est présenté comme un état qui peut frapper quiconque au hasard; n'importe qui peut y faire face un jour directement ou indirectement. Dans le même sens, ceux qu'afflige le problème n'en sont pas du tout «coupables»; ils ne le «méritent» pas, comme pouvait le laisser entendre autrefois la charité libérale. C'est ainsi qu'on présente le problème comme le fruit de processus naturels ou sociaux objectifs; il est un phénomène naturel ou social existant par

lui-même et ayant des «causes» qui dépassent le contexte particulier à l'intérieur duquel il se manifeste.

L'envers de cet aspect objectif des problèmes est que ceux-ci frappent nécessairement un certain nombre de personnes chaque année. Les problèmes se manifestent selon une logique de nécessité statistique. Le message charitable structuré selon cet axe thématique affirme que x % de la population sera nécessairement affectée par tel problème et que celui-ci est un élément permanent dans notre société plutôt qu'un fléau ponctuel. Par exemple: «Une personne sur dix développera un cancer pendant sa vie.» L'exploitation de l'axe *hasard/nécessité statistique* a donc comme visée de sensibiliser le public à une cause particulière en transformant l'objet particulier d'intervention de l'organisme charitable en «problème social» à caractère objectif. Elle a comme effet de nourrir le sentiment que ce problème ne frappe pas que les autres, l'individu se trouve engagé dans une solidarité «statistique».

Devenue de plus en plus présente depuis les années quatre-vingt, la communication charitable participe, peut-être malgré la volonté des organismes qu'elle sert à financer, à la diffusion de l'idéologie néolibérale³⁵ par le contenu même de ces thématiques. En effet, l'axe puissance/impuissance réduit le geste de solidarité à un acte privé, tout le contraire de l'acte public de solidarité sociale qui serait incarné de manière politique. En plus, les organisations qui revendiquent une certaine «puissance» sociale sont, par leur statut même d'organisme charitable, condamnées à l'action *apolitique*. D'autre part, l'axe hasard/nécessité statistique fragmente les problèmes sociaux en phénomènes sans commune mesure les uns avec les autres. Ceux-ci apparaissent comme autant de fatalités distinctes qui ne peuvent être totalisées dans une théorie critique de la société qui rattacherait l'existence des inégalités, des discriminations et des marginalisations à une structure sociale déterminée. Or c'est justement un tel regard théorique sur la société comme totalité qui pourrait, et qui l'a fait par le passé, légitimer une expression politique de la solidarité³⁶.

La concurrence des causes

Derrière la démarche du marketing à vocation charitable se cachent des présupposés: selon le premier, il y a une possibilité d'expansion

³⁵ J'emploie ce terme dans le sens que lui ont donné J. Beauchemin, G. Bourque et J. Duchastel, «Du providentialisme au néolibéralisme: de Marsh à Axworthy. Un nouveau discours de légitimation de la régulation sociale», *Cahiers de recherche sociologique*, no 24, 1995, p. 15-16.

³⁶ *Ibid.*, p. 25-29.

infinie du nombre de donateurs et du montant des dons; selon l'autre, chaque cause doit «se tailler une place» dans le marché du don. Qu'en est-il concrètement de ce marché du don au Québec?

Près de 430 millions de dollars en dons ont été déclarés par des particuliers résidant au Québec à Revenu Canada en 1994, ce qui représente une augmentation de 6 % par rapport à 1980. La valeur des dons effectués au Québec stagne depuis 1993: on accuse même une baisse d'un million de dollars entre 1993 et 1994. Le nombre de donateurs stagne lui aussi depuis 1990 autour de 1,2 million. Le marché du don a donc stagné pendant la première moitié des années quatre-vingt-dix alors que le nombre d'organismes a continué à progresser à un rythme vertigineux. Globalement, depuis quinze ans, la vitesse de croissance du volume de dons a été complètement dépassée par la progression du nombre d'organismes. À titre d'indication, en 1980, 5880 organismes se partageaient 4 milliards de dollars en dons (de particuliers), soit une moyenne de 680 000 \$ par organisme, tandis qu'en 1995, quelque 13 000 organismes se partageaient 4,3 milliards de dollars, soit moins de 330 000 \$ par organisme³⁷.

La résultante inévitable de cette pression sur le marché du don est l'apparition d'une compétition entre les organismes. Depuis 1985, des organismes comme Centraide et le YMCA ont publié plusieurs rapports sur ce phénomène de compétition entre «causes» et organismes charitables. Malheureusement, ces rapports n'avaient pas pour but de dénoncer le phénomène, mais plutôt d'explorer différentes voies par lesquelles ces organismes pourraient préserver ou améliorer (aux dépens de qui?) leur position. Admise au moins implicitement par l'ensemble des acteurs, la compétition entre organismes fait son œuvre: les organismes les plus efficaces en matière de sollicitation et de communication élimineront ceux qui le seront moins. Cela veut dire qu'une part croissante des ressources financières des organismes seront mobilisées pour que ceux-ci puissent rester «compétitifs», et cette compétitivité fera écho non pas à la capacité de l'organisme de poursuivre des objectifs de bienfaisance, mais plutôt à *sa capacité de communiquer avec succès*. Et cela veut surtout dire que l'existence de services publics essentiels dépendra du succès «entrepreneurial» des organismes.

³⁷ Les statistiques sur les organismes charitables ont été calculées d'après les données du ministère de Revenu du Canada, Division des organismes de bienfaisance. Les statistiques sur les dons charitables ont été établies à partir des données de Statistique Canada.

Conclusion: La solidarité saisie par la main invisible

La charité renaissante apparaît dans un procès de dépassement pragmatique de la tension entre charité et solidarité instituée pendant la modernité³⁸. Au XIXe siècle, le libéralisme a permis l'institutionnalisation de l'éthique de la responsabilité individuelle contre la reconnaissance politique de la solidarité sociale. L'avènement de l'État-providence a renversé ce rapport par la reconnaissance et l'institutionnalisation de la solidarité sociale et la marginalisation subséquente de la charité. Or ce renversement politique a été dépassé par une logique plus profonde qui participait de la mise en place d'une nouvelle structure de reproduction de la société sur une base non plus institutionnelle et politique, mais plutôt pragmatique et organisationnelle³⁹. L'opposition entre solidarité et charité tenant à un conflit entre les principes éthico-politiques, ce conflit éthique et politique sera «dépassé» dans les suites du compromis social sur lequel s'est érigé l'État-providence. L'opposition solidarité/charité sera repensée comme différence pragmatique entre deux modalités d'organisation de l'intervention relativement à des problèmes sociaux désormais compris comme risques sociaux à caractère objectif. La solidarité relève de l'obligatoire, du permanent, de l'universalité et de l'expertise professionnelle, la charité de l'aléatoire, du temporaire, du particulier, de l'amateurisme et de la convivialité du bénévole. La solidarité, sous la forme de politiques sociales, vise l'intervention par rapport à des problèmes et des besoins sociaux jugés «normaux», laissant à la charité le soin des «marges».

Depuis une vingtaine d'années cette frontière organisationnelle typique des politiques sociales de l'État-providence se brouille. La crise fiscale de l'État non seulement nourrit la croissance des marges et multiplie les acteurs charitables, mais en plus elle encourage le financement charitable des politiques sociales. L'opposition politique moderne entre charité et solidarité, en devenant un mécanisme de différenciation pragmatique, a préparé le terrain à leur interpénétration organisationnelle dans le cadre du néolibéralisme, c'est-à-dire à l'émergence de ce phénomène que nous nommons la charité solidaire ou la solidarité charitable.

Aujourd'hui, la charité est solidaire, elle a adopté la notion providentielle de risque social, et son travail de sollicitation ne s'adresse plus spécifiquement au sentiment de devoir éthique d'une élite sociale, il interpelle plutôt l'individu «empathique et responsable», «membre

³⁸ F. Schaller, *De la charité privée aux droits économiques et sociaux du citoyen*, Neuchâtel, La Baconnière, 1950.

³⁹ M. Freitag, *Dialectique et société II: culture pouvoir, contrôle. Les modes de reproduction formels de la société*, Montréal, Éditions Saint-Martin, 1986.

quelconque» d'une société traversée par des problèmes sociaux objectifs. Par ailleurs, la solidarité est charitable, et ce dans un double sens. En tant qu'idéologie de légitimation de la transformation des politiques sociales, le néolibéralisme réinterprète certains thèmes de l'éthique libérale de la charité propre à la modernité. Réactivation du principe de distinction entre apte et inapte au travail, précarisation de la clientèle des services sociaux, critique de la notion de droit social et érosion des politiques universelles, dont le financement est obligatoire, en faveur de mécanismes d'assistance temporaire dont le financement est aléatoire et dont l'accès est restreint arbitrairement à certaines clientèles particularisées. Mais au-delà de cet emprunt thématique, les compressions des dépenses publiques ont poussé maints organismes publics, parapublics et communautaires à se tourner vers la sollicitation charitable pour financer leurs activités.

Depuis quelques années, des pans entiers de l'État-providence — CLSC, hôpitaux, universités — s'en remettent au «marché du don» pour compenser une partie des compressions budgétaires qu'ils subissent. Les organismes populaires, organisations les plus périphériques de l'État-providence, ceux-là mêmes qui veillent et répondent aux droits sociaux dont la reconnaissance est le plus précaire, à la fois sont de plus en plus dépendants du marché du don et possèdent de moins en moins de moyens pour conserver leur «part» de ce marché. La charité solidaire, c'est la mise en place silencieuse d'une fiscalité parallèle «apolitique» qui sélectionne «causes» et «problèmes» selon les canons du marché et de la saine compétition communicationnelle.

Le problème des fondations, du marché du don et du marketing à vocation charitable se révèle finalement être un problème politique. Par la charité, certains ont cru pouvoir offrir des services à la société ou à la communauté selon une logique de solidarité; or cette charité solidaire est en péril. Les réductions dans le financement public des organismes charitables et la marée de nouvelles fondations de toutes sortes diluent énormément l'allocation des ressources en vertu d'une logique de solidarité, logique dont le fondement était une certaine vision du bien-être minimal de la population et de la reconnaissance de droits sociaux fondamentaux. Or l'allocation de ressources charitables par le marché du don implique que le maximum de ressources aille au plus «vendable» et non au plus nécessaire. L'incidence de la logique marchande sur la charité se manifeste par la compétition entre les causes, la banalisation du donateur et la possible disparition de certains services communautaires en raisons de l'échec de leur stratégie de marketing⁴⁰. Les racines idéologiques de la charité exposées au début de cet article

⁴⁰ Je pense entre autres aux groupes d'aide aux détenus dont la cause se prête difficilement au marketing.

structurent encore cette pratique: la charité ne saura jamais garantir un droit social.

Éric PINEAULT
Maîtrise en sociologie
Université du Québec à Montréal

Résumé

Le déploiement d'une régulation sociale néolibérale s'accompagne au Québec d'une croissance des organismes charitables et d'une interpénétration des politiques sociales et des pratiques charitables. Cette renaissance de la charité est intimement liée à la transformation de sa forme institutionnelle. Le procès d'institutionnalisation de la charité pendant la modernité, dynamique à la fois idéologique et juridique, culmine au XIXe siècle dans la mise en place d'un système d'assistance sociale charitable conforme aux principes de l'éthique libérale. Si la renaissance de la charité repose sur cet héritage institutionnel, son évolution actuelle est guidée par des déterminations proprement «postmodernes». Les dimensions idéologiques et juridiques de la charité moderne se sont fondues dans les pratiques «communicationnelles» d'une charité devenue technique de financement plutôt qu'idéal éthique et projet politique. La renaissance de la charité se traduit par l'émergence d'un marché du don qui réduit l'acte charitable à une transaction balisée par le marketing et transforme les droits sociaux en besoins sociaux «non solvables».

Mots-clés: charité, philanthropie, politique sociale, institution, organisation, communication, don, néolibéralisme, libéralisme.

Summary

In Quebec, the deployment of neoliberal social regulation is accompanied by a growth in the number of charitable organizations and the interpenetration of social policy and charitable practices. This rebirth of charity is intimately related to the transformation of its institutional form. The process of institutionalizing of charity during modernity, at once an ideological and a judicial dynamic, culminated in the 19th century with the introduction of a system of charitable social assistance which conformed to the principles of the liberal ethic. Though the rebirth of charity rests on this institutional heritage, its

current evolution is guided by decidedly “postmodern” determinations. The ideological and judicial dimensions of modern charity are based on the “communication” practices of a type of charity which has become a financing technique rather than either an ethical ideal or a political project. The rebirth of charity has resulted in the emergence of a gift market that reduces the charitable act to a transaction circumscribed by marketing and social rights viewed as “insolvent” social needs.

Key-words: charity, philanthropy, social policy, institution, organization, communication, gift, neoliberalism, liberalism.

Resumen

El despliegue de la regulación social neoliberal se acompaña en Quebec del aumento de los organismos caritativos y de una interpenetración de las políticas sociales y de las prácticas caritativas. Este resurgimiento de la caridad está íntimamente ligado a la transformación de su forma institucional. El proceso de institucionalización de la caridad durante la modernidad, dinámica a la vez ideológica y jurídica, culmina en el siglo XIX, con el comienzo de un sistema de asistencia social caritativa conforme a los principios de la ética liberal. Si bien el resurgimiento de la caridad se apoya en este legado institucional; su evolución actual está guiada por determinaciones propiamente «posmodernas». Las dimensiones ideológicas y jurídicas de la caridad moderna se funden en las prácticas «comunicacionales» de una caridad convertida en técnica de financiamiento más que en un ideal ético y un proyecto político. El resurgimiento de la caridad se traduce por el nacimiento de un mercado del don que reduce el acto caritativo a una transacción abalizada por el marketing y por los derechos sociales en necesidades sociales «no solventes».

Palabras claves: caridad, filantropía, política social, institución, organización, comunicación, don, dádiva, neoliberalismo, liberalismo.