

Don et gratuité

Réflexions sur « Caritas in Veritate »

L'encyclique « Caritas in Veritate » du pape Benoît XVI du 7 juillet 2009 est généralement présentée comme une actualisation de la doctrine sociale de l'Eglise dans un monde affecté par la crise et les difficultés de la mondialisation¹. Mais certains y ont vu une sorte de « troisième voie » dans laquelle *le don et la gratuité* occupent une place importante, non seulement dans le secteur des organisations non lucratives mais dans l'ensemble de l'économie² : « Dans les relations marchandes, écrit le pape³, le principe de gratuité et la logique du don, comme expression de la fraternité, peuvent et doivent trouver leur place à l'intérieur de l'activité économique normale ». Cette prise de position s'inscrit dans le cadre plus général d'une réflexion sur la charité « voie maîtresse de la doctrine sociale de l'Eglise »⁴. Elle intéresse donc l'économiste à plus d'un titre :

- Précisons d'abord que, de l'avis même du pape, *la notion de charité* est généralement mal comprise : « Dépourvu de vérité, écrit-il⁵, l'amour bascule dans le sentimentalisme...Il est la proie des émotions et de l'opinion contingente des êtres humains ; il devient un terme galvaudé et déformé, jusqu'à signifier son contraire ». C'est la vérité qui donne sens et valeur à la charité comme l'indique le titre même de l'encyclique ; la vérité est la lumière, « celle de la raison et de la foi, par laquelle l'intelligence ...reçoit le sens de don, d'accueil et de communion ». Cette référence à la raison et à l'intelligence rejoint les préoccupations de l'économiste dans toute la mesure où sa discipline s'appuie sur un postulat de rationalité ; elle incite, sinon à trouver une sorte de « *langage commun* » sur les notions de gratuité et de don, du moins à confronter des analyses, ce qui n'implique pas a priori l'existence de convergences entre elles. Il ne s'agit donc pas ici de commenter l'encyclique, mais d'ouvrir quelques pistes de réflexion à partir de ce texte⁶.

- Notons d'ailleurs que *le principe de gratuité* est de nature à susciter la méfiance de l'économiste. L'Américain Paul Samuelson (Prix Nobel 1970) écrivait déjà il y a un demi-siècle⁷ : « Si les ressources étaient illimitées...ou si les besoins des hommes étaient complètement satisfaits,.....il n'existerait pas de *biens économiques*, c'est-à-dire de biens relativement rares, et il n'y aurait plus guère lieu d'étudier « l'économique » ou « l'art d'économiser ». Tous les biens seraient des *biens libres*,

¹ H. Ceccato: *L'économie de communion*, Le messager de St Antoine, septembre 2009.

² J.P. Audoyer et P. de Laubier : *L'Eglise à l'heure de Caritas in Veritate*, Salvator, 2009, p.183.

³ Encyclique *Caritas in Veritate*, n°36.

⁴ *Caritas in Veritate*, n°2.

⁵ *Caritas in Veritate*, n°3.

⁶ C'est ce que préconisait le président de l'Association des économistes catholiques, J.-Y. Naudet, dans une interview du 7 janvier 2010 à la revue Zenit : « Chaque lecture nouvelle de l'encyclique, disait-il, ouvre de nouvelles pistes (aux chercheurs)...Ainsi, cette notion de don et de gratuité doit faire réfléchir, au delà des comportements individuels, à de nouvelles formes institutionnelles ».

⁷ P.A. Samuelson : *L'Economique*, Tome 1, A.Colin, 1953, p. 21.

comme l'air ou l'eau ». Depuis que ces lignes ont été écrites, même l'air pur (du fait de la pollution) et l'eau (en raison des sécheresses) sont devenus des biens rares ; ils peuvent exiger pour être utilisables des interventions coûteuses comme la plupart des autres biens ; comment pourraient-ils être gratuits ?

Il est vrai que les succès de la « *Freeconomics* », grâce notamment au développement d'Internet, ont pu faire illusion en diffusant des pratiques commerciales ou techniques permettant aux offreurs de proposer la gratuité à leurs clients tout en continuant d'encaisser des profits : produits d'appel à prix réduit, « subventions croisées », c'est-à-dire offre gratuite d'un produit pour pousser à l'achat d'un produit plus ou moins complémentaire, téléchargement gratuit... Dans tous ces exemples, on est en présence d'une *fausse gratuité* ; ce sont les acheteurs qui paient les produits globalement considérés, mais il n'y a plus de vérité des prix particuliers ; des prix bas ou nuls poussent seulement à des achats excessifs, ce qui est généralement source de gaspillages et « antiéconomique ». En fait, dans une économie de marché, toute chose a un prix et la vraie question est de savoir qui le paie.

- Soulignons enfin que le texte pontifical se situe précisément dans le cadre d'une vision globale du fonctionnement de l'économie de marché dans laquelle les politiques de redistribution et les transferts désintéressés sont appelés à jouer un rôle correcteur et à introduire une nécessaire cohésion sociale. C'est la raison pour laquelle un bref rappel de cette référence au marché peut constituer un point de départ utile de la réflexion.

Marché et cohésion sociale

Comme ses prédécesseurs, Benoît XVI reconnaît l'importance du marché comme « l'institution économique qui permet aux personnes de se rencontrer,.....utilisant le contrat pour régler leurs relations et échangeant des biens et des services.....pour satisfaire leurs besoins et leurs désirs »⁸ ; mais il précise que « sans formes internes de solidarité et de confiance réciproque, le marché ne peut remplir sa fonction économique. Aujourd'hui, c'est cette confiance qui fait défaut... ». Ces observations rencontrent plusieurs échos dans la théorie économique la plus traditionnelle.

- 1) Cette théorie repose en effet sur *l'individualisme méthodologique* : l'individu isolé, le célèbre « homo oeconomicus », maximise son bien-être en se procurant les biens qui, dans la limite de ses revenus, lui procurent le plus d'utilité ou de satisfaction. Même si les auteurs modernes rejettent la confusion entre égoïsme et intérêt personnel, cette hypothèse de comportement laisse bien peu de place à l'ouverture vers autrui et à la solidarité.

Comment dès lors, dans une économie libre, des agents « égoïstes » peuvent-ils parvenir à coopérer ? Le problème est ancien, mais il a donné lieu depuis une vingtaine d'années à un grand nombre d'expériences fondées sur *la théorie des jeux*⁹ en prenant pour postulat que le joueur altruiste se fait toujours exploiter et doit disparaître du jeu. Il s'avère que la stratégie gagnante *à la longue* dans un jeu répété plusieurs fois est celle du « *donnant-donnant* » ; elle consiste à accepter de coopérer (donc à faire preuve d'une certaine « ouverture ») au premier coup du jeu, puis à imiter systématiquement le comportement de l'autre joueur à tous les coups suivants.

⁸ *Caritas in Veritate*, n° 35.

⁹ J.T. Godbout : *Ni égoïsme, ni altruisme : Don et théorie des jeux*, Revue du Mauss, n°20, 2002.

La coopération entre égoïstes est donc possible sous certaines conditions, même en l'absence de pouvoir central¹⁰ ; la règle du « donnant-donnant » favorise l'intérêt commun en dehors de toute obligation morale ; certains y voient même une forme « d'altruisme réciproque » ; elle suppose en tout cas une sorte de confiance sous bénéfice d'inventaire. Mais il est douteux, comme l'écrit encore le pape, que « abandonné au seul principe de l'équivalence de valeur des biens échangés, le marché ...produise la cohésion sociale dont il a pourtant besoin pour bien fonctionner »¹¹.

- 2) Cette dernière affirmation évoque un problème connexe, celui de *l'optimum économique*. On sait que l'équilibre de marché en conditions de concurrence possède une propriété particulièrement intéressante, celle de correspondre à une affectation optimale des ressources. Une affectation donnée de ces ressources est dite « économiquement efficiente » lorsqu' aucune réaffectation ne peut améliorer la situation de quelqu'un sans nuire à quelqu'un d'autre ; autrement dit, l'optimum n'est pas atteint tant que toutes les améliorations possibles qui ne portent préjudice à personne n'ont pas été effectuées ; lorsque tous les changements concevables ont été accomplis sans nuire à quiconque, la situation est dite « Pareto-optimale », du nom de l'économiste italien qui a énoncé cette règle au début du siècle dernier.

On sait également que l'optimum ainsi défini ne correspond pas nécessairement à la « meilleure » distribution finale des satisfactions individuelles ; par exemple, un petit nombre de personnes disposant de revenus élevés peuvent bénéficier d'un bien-être important, alors que toutes les autres sont proches du minimum vital. Autrement dit, le libre fonctionnement du marché n'aboutit pas spontanément à la réalisation du *bien commun*.

3) Dans ces conditions, on peut considérer qu'une répartition différente des revenus aboutirait à un optimum différent et qu'une redistribution des revenus, -généralement dans un sens plus égalitaire parce que considérée comme plus juste- améliorerait le bien-être social. Cette argumentation a légitimé les vastes programmes de transferts sociaux qui ont été mis en oeuvre depuis la fin de la Seconde guerre mondiale et qui ont souvent le double inconvénient d'être coûteux et de favoriser chez les bénéficiaires une mentalité d'assistés.

Pour l'essentiel, l'encyclique se rallie à la logique de redistribution, mais elle l'élargit à celle du don sans contrepartie : « La vie économique a besoin *du contrat* pour régler les relations d'échange..., écrit encore le pape¹². Mais elle a tout autant besoin de *lois justes* et de *formes de redistribution* guidées par la politique, ainsi que d'œuvres qui soient marquées par *l'esprit du don* ».

Altruisme et optimum.

On qualifie habituellement de *politique de redistribution* l'ensemble des transferts imposés auxquels les citoyens ou les contribuables ne peuvent s'opposer sans violer les lois sociales ou fiscales, même s'ils ne les approuvent pas. Cependant, la plupart des membres de la collectivité acceptent également un montant significatif de transferts de revenus ; une partie de la redistribution est donc *volontaire* et le don gratuit, sans contrepartie, entre dans cette catégorie.

¹⁰ R. Axelrod : *Comment réussir dans un monde d'égoïstes ?*, Edition Odile Jacob, 1992.

¹¹ Encyclique *Caritas in Veritate*, n° 35.

¹² *Caritas in Veritate*, n° 37.

1) La théorie économique moderne qualifie d'*altruisme* cette redistribution volontaire. Rejetant la confusion entre égoïsme et intérêt personnel, elle tient compte du fait que des individus qui maximisent leur utilité ou leurs satisfactions sont insérés dans un réseau de relations sociales ou affectives¹³ ; cela les incite à prendre en considération les satisfactions d'autres agents tout en restant rationnels dans leurs choix. Mais pour quelles raisons des agents habituellement soucieux de leur propre intérêt, acceptent-ils de donner une partie de leurs revenus à des personnes qui leur sont parfois totalement étrangères ? Cette question comporte plusieurs types de réponses.

- La première et la plus évidente invoque tout simplement *la compassion ou la générosité* ; c'est à l'évidence celle qui est évoquée dans l'encyclique. Pour en rendre compte, la théorie économique s'appuie sur l'hypothèse *d'une interdépendance des préférences individuelles* ; en bref, « l'utilité » ou le bien-être éprouvé par tout individu comporte deux éléments, à savoir l'utilité qu'il retire de sa consommation personnelle et la satisfaction ressentie en constatant la satisfaction d'autrui. Il doit alors opérer un arbitrage entre ces deux éléments et répartir ses ressources entre sa propre consommation et un transfert altruiste, généralement un don ou une prise en charge d'autrui, de manière à obtenir le maximum de satisfaction. Précisons qu'en bonne logique les sentiments altruistes ne conduisent pas automatiquement à des dons ou des transferts monétaires ; une personne à la fois altruiste et rationnelle ne fait pas de don si son coût ou son « sacrifice » en termes de consommation est supérieur à la satisfaction que lui procurerait ce don.

- Une seconde réponse s'appuie sur la notion de *dépense de prestige* empruntée à l'Ecole institutionnaliste américaine ; elle connaît un certain succès dans les pays anglo-saxons¹⁴. L'hypothèse de base est qu'une générosité affichée constitue un critère de réussite et de standing social plus encore que des dépenses de consommation ostentatoires. Elle suppose bien entendu que l'identité des donateurs et le montant de leurs contributions soient connus. Les enquêtes statistiques¹⁵ montrent en effet que révéler le nom des donateurs et les classer par catégories en fonction du montant de leurs dons provoque une augmentation de ce montant. Cette stratégie suppose une culture de la transparence assez peu usitée en France. Mais il est clair que cette générosité ostentatoire qui rappelle celle des pharisiens de l'Evangile n'est pas parfaitement désintéressée ; elle entre dans la catégorie de l'*altruisme impur*.

- Il faut également évoquer *un altruisme de précaution* qui relève davantage de l'assurance que de la générosité. De même que l'on accepte de cotiser à l'assurance-maladie ou à une caisse de retraite, il peut être prudent d'aider des organisations caritatives à vivre au cas où l'on aurait besoin d'elles.... On peut trouver, s'il en était besoin, la justification de ce comportement dans la célèbre *Théorie de la Justice*¹⁶ de l'Américain John Rawls ; en bref, si des individus ignorant totalement leur position future dans la société étaient interrogés sur le partage souhaitable des richesses, ils devraient logiquement opter pour une répartition telle que le bien-être des personnes les moins favorisées soit le plus élevé possible.

¹³ J.P. Vidal : *Altruisme*, Dictionnaire des sciences économiques, PUF, 2001. Voir aussi F.R. Mahieu et H. Rapoport : *Altruisme, analyses économiques*, Economica, 1998.

¹⁴ S. Chaudury : *Charitable Donation as Conspicuous Consumption*, Purdue University, mars 2009 ; J. Li et Y.E.Riyanto : *Category Reporting in Charitable Giving*, Department of Economics, University of Singapore, août 2009.

¹⁵ J. Andreoni et R.Petrie : *Public Goods Experiments without Confidentiality*, Journal of Public Economics, 2004, N° 88.

¹⁶ Traduction française, Paris, Seuil, 1987.

Bien que les différents types d'altruisme qui viennent d'être évoqués reposent sur des motivations excluant bien souvent le don sans réciprocité et la pure gratuité, ils ont au moins un point commun, celui d'impliquer des *transferts volontaires* et cela n'est pas sans conséquences.

2) La caractéristique commune des transferts volontaires est de ne léser personne; ils seraient susceptibles de recueillir un vote unanime et correspondent donc à un mouvement en direction *d'un optimum social* au sens de Pareto défini plus haut¹⁷.

Pour que la redistribution soit considérée comme socialement optimale, il faut en effet que les donateurs y soient unanimement favorables (qu'aucun d'eux ne s'estime lésé), ce qui est le cas s'ils ont un comportement rationnel ; mais il faudrait en principe que les autres catégories sociales, y compris les bénéficiaires des dons, se déclarent également satisfaites de la nouvelle situation, faute de quoi on n'obtiendrait pas nécessairement la cohésion sociale « dont le marché a besoin pour bien fonctionner »¹⁸. On peut néanmoins admettre que toute redistribution unanimement acceptée par les donateurs a des chances d'améliorer le bien-être collectif et de renforcer le « consensus social ».

Il en va différemment avec la politique de redistribution *imposée* par l'Etat dans la mesure où ses prélèvements *obligatoires* ont peu de chances d'être unanimement acceptés. Dans ce cas, rien ne garantit qu'on aboutira à une augmentation du bien-être collectif en raison des distorsions que des transferts non volontaires peuvent entraîner dans l'affectation des ressources, l'incitation au travail et l'efficacité productive ; comment le climat social s'en trouverait-il amélioré ?

Il faut également souligner que si le don est davantage créateur de lien social qu'une solidarité imposée, il permet souvent au donateur de mieux contrôler l'utilisation de sa contribution qu'en présence d'un budget public. Certains rappellent en outre qu'une organisation privée s'adapte plus facilement aux cas particuliers qu'une lourde organisation bureaucratique¹⁹.

Par ailleurs, les bénéficiaires d'une aide sociale ou humanitaire n'ignorent pas que cette aide n'est pas un droit acquis ; elle apparaît de ce fait moins « démobilisatrice » qu'une allocation publique relevant de l'assistance. Comme l'écrivait récemment l'archevêque de Poitiers, si « Dieu est générosité..., Il n'est pas généreux à la manière de celui qui aide quelqu'un dans le besoin, c'est-à-dire en le rendant dépendant. Dieu ne fait pas d'assistantat »²⁰.

Il n'est donc pas surprenant que, reprenant à son compte la vision proposée par le pape Jean-Paul II d'un système à trois secteurs : *le marché, l'Etat et la société civile*²¹, Benoît XVI ait considéré cette dernière comme « le cadre le plus approprié pour une économie de la gratuité et de la fraternité »²².

¹⁷ P. Warr : *Pareto optimal redistribution and private charity*, Journal of Public Economics, 1982, Vol.19.

¹⁸ *Caritas in Veritate*, n° 35.

¹⁹ L. Wilson : *What is Charity? What is Compassion ?*, The Center for Development, Juillet 2008.

²⁰ A. Rouet : *J'aimerais vous dire* », Bayard, Octobre 2009, p.29.

²¹ Encyclique *Centesimus annus*, 1991, n° 92.

²² *Caritas in Veritate*, n° 38.

Etat ou organisations civiles ?

Rappelant que « la solidarité...ne peut être déléguée seulement à l'Etat », le pape estime opportun que, à côté des entreprises privées tournées vers le profit et des divers types d'entreprises publiques, « les organisations ...qui poursuivent des buts mutualistes et sociaux puissent s'implanter et se développer »²³.

1) Une application particulière trouve ici sa place, celle *des associations ou organisations humanitaires ou caritatives* qui assurent la plupart du temps le relais entre les donateurs et les personnes dans le besoin²⁴.

En accusant, fin novembre 2009, le Téléthon de « parasiter la générosité des Français », le président du Sidaction a attiré l'attention sur un secteur d'activité dans lequel de nombreuses petites associations peinent à trouver les moyens de leur développement²⁵, alors que certaines grandes organisations ayant acquis une forte expérience dans le domaine du marketing parviennent à collecter des sommes importantes. En fait la polémique oppose schématiquement deux points de vue :

- d'un côté, l'opinion de ceux qui attribuent aux dons un rôle pédagogique en offrant des exemples de partage et de générosité. « Non seulement les opérations les plus médiatisées n'assèchent pas la collecte des autres, écrit le président du réseau « Recherche et Solidarité », mais elles permettent de sensibiliser les citoyens à la notion de solidarité »²⁶ ; et de qualifier le Téléthon de « déclencheur de la générosité ». L'hypothèse implicite contenue dans cette affirmation est qu'il existe une réserve inexploitée de dons potentiels excluant ainsi tout risque de compétition entre les différentes associations pour rassembler des fonds; cette hypothèse paraît assez peu vraisemblable à court terme, sauf circonstances exceptionnelles comme le tsunami asiatique de 2005 ou le séisme de 2010 à Haïti.

- de l'autre côté, il y a ceux qui, constatant que la bonne stratégie pour recueillir des dons consiste à « faire jouer la corde sensible », dénoncent le recours à des opérations marketing spectaculaires et de plus en plus coûteuses, qualifiées de « charité-bizness »²⁷ ; ils regrettent que, pour des raisons financières, l'Etat ne prenne pas davantage de responsabilités dans certains domaines comme la recherche médicale ou l'aide au logement social.

Un premier bilan de la situation peut s'effectuer à l'aide du modèle de *la concurrence monopolistique*. Comme son nom l'indique, ce régime tire ses caractéristiques à la fois de la concurrence et du monopole. Il tient de la concurrence en ce que, comme les entreprises sur les marchés ouverts, des associations nouvelles peuvent facilement s'implanter sur « le marché du don », surtout avec le progrès des techniques de communication et le développement d'Internet ; elles sont donc potentiellement *nombreuses*. Et il tient du monopole en ce que chaque organisation s'adresse à des donateurs d'une sensibilité particulière en raison de ses objectifs humanitaires spécifiques (recherche médicale, logement, enfance en danger, aide au tiers-monde, restos du cœur....) ; cette « spécialisation » lui permet de « *fidéliser* » une partie des donateurs.

²³ Idem, n° 38.

²⁴ *Téléthon, générosité et concurrence : le financement des associations caritatives*, Site Internet www.oboulo.com/

²⁵ D. Belliard : *Sidaction, Téléthon...la course aux dons ?*, Alternatives économiques, 26 novembre 2009.

²⁶ *Le Téléthon, mauvaise concurrence ou école du don ?*, Société, 24 novembre 2009.

²⁷ Cf. Alternatives économiques, 26 novembre 2009.

Chaque association dispose donc, à l'abri de son monopole partiel, d'une certaine marge de manœuvre qui lui permet de recueillir les recettes destinées à couvrir ses coûts de fonctionnement et à financer ses oeuvres. Mais la situation n'est pas stable ; la possibilité d'encaisser des fonds finit par attirer de nouvelles associations et il en va ainsi tant que subsiste une marge de rentabilité suffisante. La particularité de cette situation est que, lorsque le marché atteint sa position d'équilibre de longue période, les coûts n'atteignent pas leur niveau le plus bas et les marges disponibles deviennent trop faibles pour que les organisations concernées puissent encore remplir leur mission ; ces organisations sont trop nombreuses sur le marché pour que l'équilibre corresponde à un optimum, ce qui équivaut à *un gaspillage de ressources*. Et cela peut justifier une intervention de l'Etat d'autant plus que les risques d'escroquerie sont toujours très présents : même la liberté religieuse tend à favoriser la multiplication des sectes.

- 2) Indépendamment de toute considération politique, il faut d'ailleurs reconnaître qu'il existe *une certaine compétition entre les deux types de redistribution*, entre la générosité privée et la solidarité collective, et que la seconde semble parfois prendre le pas sur la première.

Il y a à cela *des raisons pratiques* : avec l'urbanisation et l'éclatement du cadre familial ancien, l'Etat a été amené à organiser de nombreux transferts en matière de santé, de retraites, d'éducation... ; aujourd'hui encore, pour ne prendre que quelques exemples, beaucoup de jeunes adultes souhaitent percevoir une allocation publique pour devenir autonomes à l'égard de leurs parents, tandis que les familles de personnes dépendantes ou handicapées sollicitent leur prise en charge par l'Etat. En outre, avec la mondialisation et la diffusion de l'information, le « prochain dans le besoin » est devenu à la fois plus lointain et plus anonyme ; il ne peut souvent être aidé que par l'intermédiaire des Etats ou d'organisations internationales spécialisées.

Mais il y a aussi *des raisons culturelles ou idéologiques* qui tendent à dévaloriser le don ; pour les tenants de l'économie solidaire par exemple, le don unilatéral, identifié « à la philanthropie ou à la charité », ne fait que confirmer l'inégalité dans les relations sociales et la position d'infériorité des bénéficiaires : « le don sans réciprocité, en étant gratuit, engendre ...la dette qui ne peut être honorée ; il génère des liens de dépendance personnelle qui confirment le bénéficiaire dans sa condition »²⁸.

L'équilibre entre générosité privée et solidarité collective est donc fragile et peut facilement être modifié : on constate ainsi que les modifications de la fiscalité réagissent indirectement sur le montant des dons puisqu'elles modifient les revenus disponibles des ménages ; cette influence est particulièrement sensible chez les titulaires de revenus ou de patrimoines importants²⁹. Il se peut également que pour stimuler leur générosité, l'Etat accorde aux donateurs des réductions d'impôts afin de les inciter à donner davantage ; mais pour que cette politique soit efficace, il faut que le montant des dons supplémentaires reçus par les associations dépasse la baisse des recettes fiscales de l'Etat ; les enquêtes révèlent que ce n'est pas toujours le cas³⁰.

²⁸ G. Carvalho et S. Dzimir : *Don et économie solidaire*, MAUSS, 2000, p. 11.

²⁹ J.M.Bakija, W.G. Gale et J.B. Slemrod : *Charitable Bequests and Taxes on Inheritances and Estates*, American Economic Review, 2003, n°93.

³⁰ W.C. Randolph : *Dynamic Income, Progressive Taxes and the Timing of Charitable Contributions*, Journal of Political Economy, 1995, n°103; G. Auten, H. Sieg et C.T. Clotfelter: *Charitable Giving, Income and*

Cependant, l'attention des économistes a surtout été retenue par *les effets d'éviction*, autrement dit la réaction des donateurs lorsque l'Etat instaure ou augmente ses subventions aux organisations humanitaire ou caritatives. L'hypothèse de départ est que des personnes altruistes et rationnelles qui financent une activité humanitaire, réduisent leur contribution si de nouvelles sources de financement, d'origine publique ou autre, se manifestent ; il est clair que si le phénomène d'éviction joue à plein, la situation du bénéficiaire reste inchangée ; il y a simplement substitution d'un donateur à l'autre. En réalité, les donateurs privés ne sont jamais parfaitement informés ; ils peuvent, par exemple, être victimes d'une « *illusion fiscale* », en ce sens qu'ils n'établissent pas de relation précise entre l'augmentation des subventions publiques à tel ou tel organisme et les impôts supplémentaires qu'ils devront acquitter pour y faire face. C'est la raison pour laquelle l'effet d'éviction n'est jamais total ; à titre indicatif, certaines enquêtes américaines³¹ l'évaluent en moyenne à 50% : une augmentation des subventions publiques est compensée pour moitié par une réduction des dons privés. Mais dans tous les cas, la solidarité nationale tend à marginaliser la générosité.

Il ne faudrait pas conclure pour autant qu'il s'agit d'une « cause perdue » ; non seulement les ressources publiques sont limitées, mais il apparaît toujours de nouvelles « misères », parfois cachées, que seul un regard humain est capable de détecter et éventuellement de secourir avant toute autre intervention. On comprend donc aisément pourquoi l'encyclique *Caritas in Veritate* fait une si large place aux relations de « gratuité et de communion »³².

On comprend aussi pourquoi les comportements solidaires, l'action humanitaire, la générosité ou le bénévolat dépassent très largement le domaine des bons sentiments ou des rivalités de chapelle. Avec l'évolution des moyens de communication, la compréhension des relations qui s'établissent entre offreurs et demandeurs sur le marché des dons devient essentielle pour établir des bilans et rendre l'action plus efficace.

C'est la vocation des économistes de participer à cette réflexion.

Jacques Lecaillon³³

Taxes, American Economic Review, 2002, n°92; J. Andreoni: *Philanthropy*, in *Handbook of Giving*, Amsterdam, North-Holland, 2006.

³¹ A.A. Payne : *Does the Government Crowd-out Private Donations ?*, Journal of Public Economics, 1998, n°69.

³² *Caritas in Veritate*, n°6.

³³ Professeur émérite de l'Université de Paris 1.