

Lien social et Politiques
Appel à contributions

NUMÉRO 65 – Philanthropie et fondations privées : vers une nouvelle gouvernance du social ?
(Printemps 2011)

Entre le modèle américain qui valorise la charité privée et le modèle français qui fait davantage la promotion d'une redistribution des richesses par l'État pour soulager les misères humaines et résoudre les problèmes sociaux, les sociétés ont développé différentes pratiques, souvent mixtes, qui ont beaucoup évolué depuis quelques décennies. Par exemple, au Québec, le principe de redistribution a toujours été plus valorisé que dans les autres provinces canadiennes, plus proches de modèles anglo-saxons; régulièrement, les enquêtes sur les dons de charité montrent que les Québécois sont moins généreux que les autres Canadiens. Il apparaît que les modalités de la « culture philanthropique » de chaque pays, issues de compromis sociaux mais également d'aménagements institutionnels, ne se bouleversent pas si facilement. Ainsi la volonté exprimée ces dernières années par le gouvernement français de favoriser le développement des fondations privées, par des dispositions législatives et fiscales, a trouvé peu d'écho jusqu'à présent.

Sur le continent américain, et à une échelle moindre en Europe, le développement d'une certaine classe de « nouveaux riches » a conduit à la création de fondations privées de plus en plus présentes dans le financement d'associations ou d'initiatives visant à réduire les problèmes de pauvreté ou autres problèmes sociaux. Ces fondations collaborent avec le gouvernement sur des initiatives communes et certaines politiques sociales intègrent cette situation en proposant de stimuler les partenariats avec le secteur privé pour lutter contre des problèmes sociaux. La formalisation d'accords de partenariat et de sous-traitance à travers des « partenariats publics-philanthropiques » participe ainsi de la recomposition de l'agir collectif sur les politiques sociales. Ainsi, au-delà d'un simple financement, les fondations privées liées à des entreprises stimulent la participation des salariés *via* le « mécénat de compétences », ou l'intégration de projets philanthropiques à l'activité de la firme. Ces collaborations contribuent par ailleurs à introduire de nouvelles règles pratiques et normatives (injonctions managériales, cadres épistémologiques) qui font l'objet de critiques sévères de la part des milieux communautaires traditionnellement engagés dans les activités de soutien aux populations en difficulté.

Du côté de la sollicitation des citoyens, le marketing a envahi le monde de la philanthropie depuis une trentaine d'années pour l'aider à mieux « vendre » une panoplie de causes sociales et à susciter la générosité de chacun pour financer un nombre grandissant d'organismes. Dans ce contexte on assiste au développement des nouveaux métiers de la charité : spécialistes du financement, de la publicité sociale, de la communication médiatique, du design de campagne et de programmes, entreprises assurant la sous-traitance de la collecte de fonds de rue ou les projets événementiels au profit des associations. Se concurrencent d'ailleurs sur ce terrain les organismes des quartiers de proximité et les grandes organisations internationales d'aide humanitaire, au gré du surgissement des catastrophes naturelles ou humaines. Quel bilan peut-on faire de ces activités dans des pays aux traditions à priori très différentes ? Quels effets ces changements ont-ils sur les problèmes réels des populations concernées ? Quelle redéfinition des responsabilités de l'État se dessine dans ce contexte?

Trois thèmes seront privilégiés pour ce numéro :

- 1) *Philanthropie et redistribution sociale*. Quels modèles de référence est-il possible de retrouver aujourd'hui sur les liens entre la philanthropie et les politiques sociales dans différents pays ? La cartographie des initiatives privées recoupe-t-elle celle des différents modèles d'État social ? Peut-on lire la promotion actuelle de la philanthropie privée à l'aune de la reconfiguration des « États-providence » ?
- 2) *Le rôle des fondations privées dans la gestion des problèmes sociaux*. Quel bilan peut-on faire des initiatives récentes de « partenariats publics-philanthropiques » ? Quels en sont les impacts sur les organismes communautaires traditionnellement associés au soutien des populations vulnérables ? Plus généralement, quelles en sont les conséquences sur la définition des politiques sociales ?
- 3) *Marketing et philanthropie* : Comment se déploient les nouveaux métiers de la charité ? Comment réagissent les populations devant ces nouveaux modes de sollicitation de leur générosité ? Quelles modalités de l'agir collectif sont portées (ou déniées) par cette nouvelle « division du travail caritatif » ? Quelles causes sont avantagées ou désavantagées par ces nouveaux modes de sollicitation ?

Des déclarations d'intention (une page) de la part des personnes qui souhaitent contribuer à ce numéro doivent être envoyées avant le 30 avril 2010 :

Johanne Charbonneau ou Frédéric Lesemann INRS-UCS 385 Sherbrooke est Montréal, (Qc) Canada H2X 1E3 Johanne.charbonneau@ucs.inrs.ca Frederic.lesemann@ucs.inrs.ca	Sylvain Lefèvre C.E.R.A.P.S. Université Lille 2 Faculté des sciences juridiques, politiques et sociales1, Place Déliot BP 629 59024 Lille Cedex France sylvainlefevre@hotmail.com
---	--