



**Aide-moi,
je t'aiderai.**



La générosité, une valeur d'avenir !

Je donne, tu donnes, nous donnons. Du temps, de l'argent, de l'attention. On les croit arrogants et égoïstes, mais, comme le montre notre sondage exclusif, les Français ont aussi de l'altruisme à revendre. Une valeur nécessaire pour cimenter la société & l'aider à avancer.*

par **Alice Le Dréau** ✽ illustrations **Emmanuel Kerner**



2 La générosité, une valeur forte... surtout chez soi



LA ENFILÉ plusieurs couches de vêtements et installé son duvet sous un porche. Dans ces cas-là, Christian Page, 43 ans, veille toujours à bien se protéger du vent. Depuis bientôt deux ans, cet ancien sommelier vit sans domicile fixe, à Paris. Sur le réseau social Twitter, il décrit son quotidien. Via de courts messages, il raconte ses galères (la pluie qui vous tombe dessus alors que vous venez de déplier votre sac de couchage, le manque d'hygiène, l'insécurité...), mais témoigne aussi de petits moments de grâce. C'est une voisine, descendue lui offrir une tasse de café chaud. Un(e) inconnu(e) qui, durant la nuit, a déposé près de son barda de quoi prendre un petit

**Sondage Ifop réalisé auprès d'un échantillon de 1964 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, du 3 au 5 janvier 2017.*

Retrouvez l'intégralité de notre sondage sur



WWW.PELERIN.COM

déjeuner. Des gestes « anonymes », mais « pas anodins », note-t-il. Des démonstrations de cet altruisme, cette solidarité spontanée, qui lient la société et l'aident à tenir debout, malgré les crises.

N'en déplaise aux pessimistes, aux esprits chagrins, aux adeptes du déclin, la générosité reste une valeur qui compte (*voir notre sondage ci-contre*). Être généreux se décline de mille et une façons : ce peut être de l'argent, du temps, de l'écoute, du don d'objet, du don de soi ou une propension au partage (de savoirs, de passions). Mais pour parler générosité, il convient d'abord de parler chiffres. Et ils sont éloquentes. En 2015, les Français ont déclaré à l'administration fiscale près de 2,5 milliards d'euros de dons aux associations ou fondations, selon une enquête du collectif Recherches et solidarités (1).

L'engagement associatif en pleine croissance

Une somme en hausse par rapport à 2014. Tout comme le montant moyen des dons : 463 euros avec, bien sûr, des disparités selon les personnes, les âges et les régions de France. Les associations les plus gâtées s'appellent l'Association française contre les myopathies (AFM), les Restos du cœur, le Secours catholique, la Croix-Rouge... En tout, selon France générosités, qui publie tous les ans un baromètre, 58 % des Français déclarent avoir déjà fait un don au cours des trois dernières années. Dont 46 % de façon régulière, c'est-à-dire une fois ou plus par an.

Mais la générosité ne se mesure pas seulement en euros. Entre 2013 et 2016, le nombre de Français engagés dans des associations est passé de 11,7 à 13,1 millions. « Ajoutez à cela les personnes donnant de leur temps de manière informelle et vous arrivez à plus de 20 millions », constate Jacques Malet, président de Recherches et solidarités. Quant aux aidants, ils sont plus de 8 millions à accompagner des proches en situation de handicap ou de maladie.

Alors, égoïstes, les Français ? Vraiment ? « La destination à la bonté est plus forte, plus profonde que le penchant au mal », écrivait le philosophe Paul Ricœur. Jacques Lecomte, psychologue, père de la psychologie positive et auteur de *La bonté humaine* (2), partage ce point de vue. « L'être humain est prédisposé à l'amour, à l'empathie, à la coopération », explique-t-il. D'après notre sondage,



3 L'altruisme, moteur du lien social

36% des Français donnent du temps à une association, ou à des personnes qui en ont besoin.

56% des catholiques pratiquants.



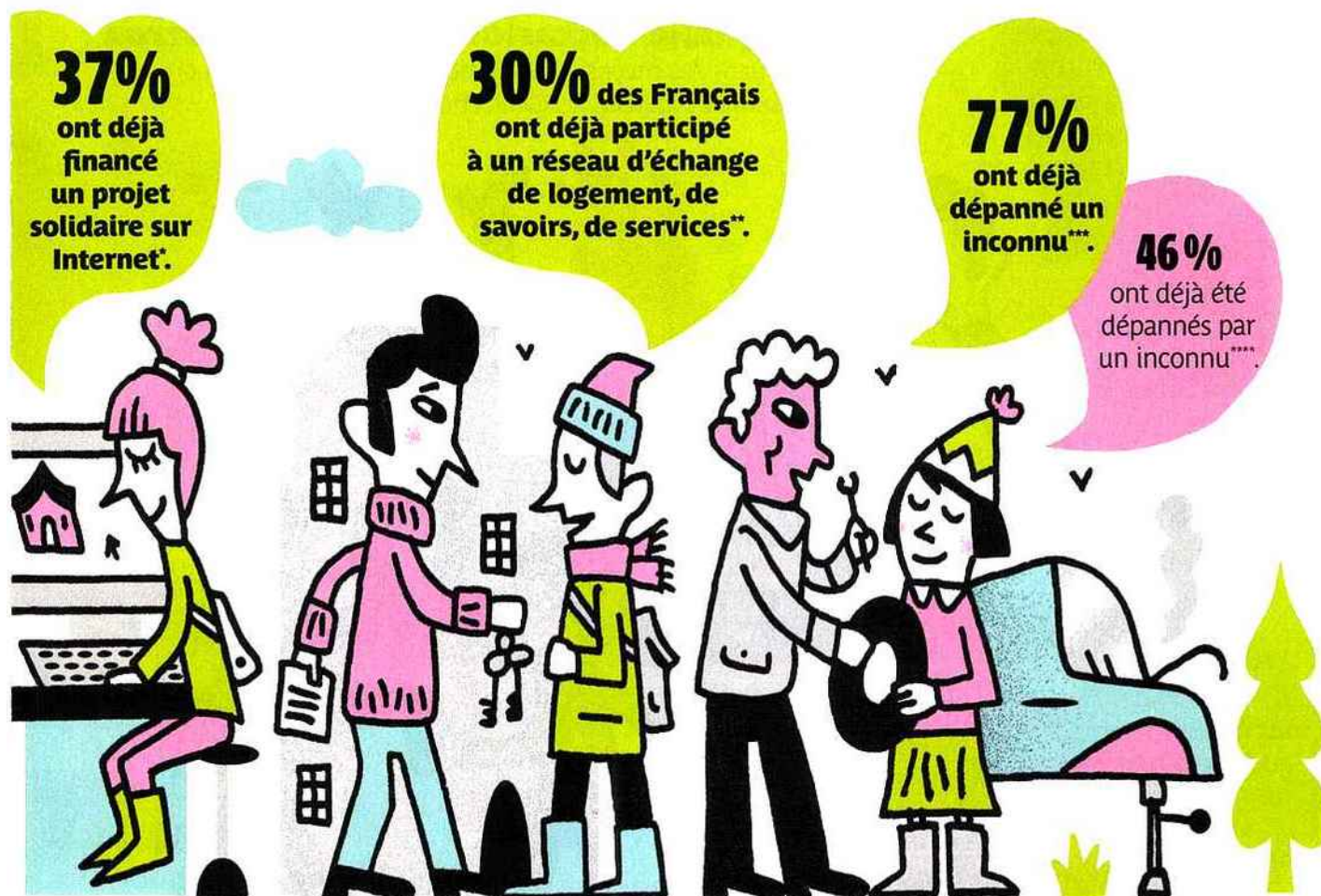
* Dont 3 % souvent, 14 % de temps en temps et 20 % rarement. ** Dont 3 % souvent, 10 % de temps en temps et 17 % rarement.

si les Français sont surtout généreux avec leur entourage proche, 77 % ont déjà aidé un parfait inconnu. Et sept Français sur dix seraient prêts, dans des circonstances exceptionnelles, à prendre un risque physique pour porter assistance à quelqu'un.

« Ce n'est pas seulement une déclaration faite bien au chaud chez soi, commente Jérôme Fourquet, directeur du département opinion publique à l'Ifop. La norme reconnue, légitime, dans notre société qu'on dit pourtant individualiste, c'est d'aider autrui en cas d'urgence. La presse régionale est pleine de ces histoires de citoyens ordinaires qui se précipitent dans une maison en flammes, ou qui sauvent un inconnu de la noyade. »

« D'autant que faire le bien fait du bien ! poursuit Jacques Lecomte. Question de chimie ! Donner libère des endorphines

– des antidouleurs naturels sécrétés par notre organisme –, accroît le sentiment de bien-être. Rendre service à autrui rend davantage heureux que se faire plaisir à soi-même. » L'altruisme serait-il un égoïsme ? « La générosité peut être gratuite mais n'est pas forcément un acte désintéressé », note Jean-Michel Cornu, spécialiste en coopération et intelligence collective, auteur de *Tirer bénéfice du don* (3). Pour donner, les raisons ne manquent pas. On peut donner par empathie pour l'autre. On peut donner par esprit de justice. Ou encore pour se sentir utile, socialement. Sans oublier que donner contribue à l'estime de soi par le renoncement qu'il implique. « En somme, il y a parfois de l'intérêt à être désintéressé, sourit Jean-Michel Cornu. Vous déposez un ouvrage dont vous n'avez plus l'usage dans une boîte à livres, où les gens



*** Dont 4 % souvent, 28 % de temps en temps et 45 % rarement. **** Dont 1 % souvent, 12 % de temps en temps et 33 % rarement.

iront piocher. Cela vous débarrasse mais le livre est utile à autrui. Cette forme d'intérêt est-elle pour autant condamnable ? Non. Dès lors qu'il n'y a pas de condescendance envers la personne aidée. »

Le risque est que « la main qui donne soit toujours au-dessus de la main qui reçoit », remarque en effet Guillaume Holsteyn, l'un des fondateurs de l'association Le Carillon (4). Lancée en décembre 2015, elle met en lien, à Paris, Lyon, Nantes, Lille, des commerçants et des sans-abri. Le principe : grâce à un autocollant placé sur les vitrines des cafés, restaurants, boutiques partenaires, un sans domicile fixe sait qu'il pourra trouver, ici une prise pour son téléphone portable, là un verre d'eau, des toilettes, plus loin un repas, une oreille attentive... Comment ne pas créer de déséquilibre, quand il est parfois plus délicat de

recevoir que de donner ? « Un don appelle un contre-don, croit Guillaume Holsteyn. Pas besoin qu'il y ait forcément une réciprocité directe. Qui peut dire que celui qui est aidé, à un instant donné, n'aidera pas à son tour quelqu'un d'autre, dans un cercle vertueux ? La générosité est contagieuse », raconte celui qui, le 7 janvier dernier, a reçu un coup de téléphone du pape, au cours duquel le Saint-Père lui a dit que son action, au sein du Carillon, était « pétrie des valeurs de l'Évangile ».

« Donnez et vous recevrez », nous dit le Christ (Lc 6, 27-38). Et en la matière, la créativité semble sans limite. La générosité se réinvente, sous différentes formes, grâce notamment au numérique et au nouvel essor de la culture de l'échange et du partage (dont le succès du covoiturage est une illustration). Les sites collaboratifs se multiplient,



15% des Français
ont déjà pris un
risque physique
pour secourir
une personne.

72%
seraient prêts
à le faire.

27%
ont déjà partagé
un bien person-
nel (téléphone,
véhicule,
logement...).

55%
seraient prêts
à le faire.

4 Quand l'occasion fait le (bon) larron

Dans des circonstances particulières (grève de transports, catastrophe naturelle, accident, attentat...).



omme Welp.fr, une plate-forme d'entraide entre particuliers, qui permet par exemple à Aurore, de Bordeaux, de proposer des heures de ménage quand Yohann, à Brest, offre ses services de bricoleur. Gratuitement. Comme sont aussi gratuits les vêtements, souliers, livres, exposés dans les gratifierias, des brocantes pas tout à fait comme les autres, organisées à travers la France.

« Cette économie du partage répond à un besoin de vivre autrement. D'éviter le gaspillage, de renforcer la convivialité, de contrer le monde marchand dans lequel nous vivons », décrypte Jean-Michel Cornu. Une dynamique qui infuse aussi le monde du travail. L'entrepreneuriat social et solidaire (10 % du PIB français en 2015) est en train de révolutionner les méthodes de management,

en cherchant à concilier performance économique et utilité sociale.

Les collectes d'argent aussi ont évolué. Certes, le bon vieux chèque, le virement ou le prélèvement mensuel n'ont pas dit leur dernier mot. Il n'empêche, là aussi, de nouveaux acteurs entrent en scène. Il en est ainsi de l'application (un petit programme Internet qui se télécharge sur le téléphone portable) « KM for change », qui transforme les kilomètres parcourus par des coureurs, chevronnés ou débutants, en euros, puis les reverse à des associations. Ou encore du moteur de recherche Web Lilo, qui réinjecte l'argent payé par ses annonceurs dans des projets sociaux et environnementaux : plus l'internaute utilise Lilo, en remplacement de Google notamment, plus il aide ces projets à se concrétiser.



Autre moyen d'exercer sa générosité : le microdon. Comme son nom l'indique, il consiste à verser « au coup par coup, de petites sommes qui ne grèvent pas un budget mais qui, mises bout à bout, composent une cagnotte non négligeable », explique Antoine Vaccaro, président du Centre d'études et de recherches sur la philanthropie (Cerphi). Suivant ce principe, « l'arrondi en caisse » – pratiqué dans certains magasins qui proposent à leurs clients d'arrondir le montant de leurs achats à l'euro supérieur – a ainsi permis de récolter plus de 1,6 million d'euros, l'an dernier, au profit de 350 associations. Enfin, le financement participatif (ou crowdfunding), continue sa progression. D'après notre sondage Ifop, 37 % des Français ont déjà participé à ce type de collecte, qui consiste à financer, en ligne, un projet généralement de type associatif ou solidaire (mais pas uniquement).

« La pratique reste marginale mais s'accroît, note Antoine Vaccaro. Le "crowdfunding" – littéralement, "le financement par la foule" – fonctionne car il donne l'impression aux contributeurs d'appartenir à une famille, à une communauté. Et le projet étant bien défini à l'avance, le donateur sait exactement à quoi sera allouée sa participation », analyse le chercheur. Dans les faits, le crowdfunding peut aider au maintien d'une épicerie dans un petit village du Jura ; contribuer au lancement d'une nouvelle marque de vêtements équitables, à la création d'un nouveau média... Les donateurs peuvent demander des contreparties (un T-shirt, leur nom inscrit dans la liste des bienfaiteurs, etc.) ou pas. D'après l'association Financement participatif France, 50,2 millions d'euros ont été récoltés en 2015. Soit 30 millions de plus qu'il y a deux ans !

« Quelle que soit la façon dont elle s'exprime, la générosité, parce qu'elle démontre notre attention à l'autre, constitue le ciment de notre humanité », rappelle Jacques Lecomte. Selon le rapport mené par Recherches et solidarités, la majorité des Français fait d'ailleurs davantage confiance aux associations qu'aux pouvoirs publics pour lutter contre la pauvreté et l'exclusion, agir pour la protection de l'environnement, venir en aide aux personnes malades ou handicapées. Les généreux ont encore du pain sur la planche ! ●

(1) *www.recherches-solidarites.org*

(2) Éd. Odile Jacob, 400 p.; 24,20 €.

(3) Éd. FYP, 96 p.; 9,90 €.

(4) Rens. : *www.lecarillon.org*