



Tendances

Julie Rambal

Publié vendredi 28 octobre 2016

Faire le bien pour se sentir mieux

Selon les dernières études, l'altruisme ferait vivre plus vieux, rendrait plus heureux et même plus désirable. Grâce à des nouvelles plateformes, on peut même le rendre plus efficace. L'altruisme consiste-t-il toujours à penser aux autres... ou d'abord à soi?

Le 26 septembre, la Chaîne du Bonheur fêtait ses 70 ans en remettant un «trophée de la solidarité» au chancelier de la Confédération afin de remercier les Suisses pour leur indéfectible générosité. En sept décennies, 1,7 milliard de francs ont afflué de bienfaiteurs anonymes. Sur le site, les collectes actuelles affichent déjà 3,7 millions de francs pour les victimes de l'ouragan Matthew, à Haïti, 27,7 millions pour les réfugiés et 24,9 pour les populations victimes du drame syrien. Selon la Zewo, l'année 2015 marque également un record historique de dons, avec 1,8 milliard de francs versés aux associations agréées par l'organisme: 100 millions de plus que l'année précédente.

Sur le Web, les «élans de générosité» spontanés sont aussi massifs, au point que les applis développent de nouvelles fonctionnalités solidaires. Airbnb a lancé un «plan d'hébergement d'urgence» qui permet d'offrir gratuitement un logement après une catastrophe, tandis que la plateforme Humaid se consacre au financement participatif de personnes en difficulté.

Des voitures et des arbres

Si le concept d'altruisme est une invention récente, développé par le philosophe Auguste Comte au XIXe siècle, il ne s'est jamais autant illustré. Même la consommation se targue de «faire le bien», avec la nouvelle promesse du do-gooding: Peugeot plante des arbres en Amazonie, Visa reverse une partie du montant de vos achats à WWF, la chaîne Starbucks vous suggère d'offrir un café à votre voisin de file d'attente, etc.

«Aujourd'hui, la notion de responsabilité est entrée dans les stratégies d'entreprise, note Serge Carreira, maître de conférences à Sciences Po. Le mécénat a toujours existé, mais il était réservé à la direction, lié aux passions du patron. On propose désormais au consommateur de devenir lui-même mécène, en achetant des produits à haute valeur morale ajoutée.»

Ecouter sa raison et non son cœur

Au Moyen Age, on achetait déjà des indulgences à l'Eglise pour réduire ses années au purgatoire. On peut désormais remplir son caddy ou son dressing en ayant moins l'impression d'abîmer la planète... Mieux, on peut optimiser la générosité grâce au courant de «l'altruisme efficace» prôné par Peter Singer, «philosophe vivant le plus influent du monde», selon le New York Times.

Peter Singer est à l'origine du mouvement antispéciste, qui réclame l'égalité entre les hommes et les animaux, lombrics compris. Cette fois, le théoricien conseille de ne pas se contenter d'une prodigalité à l'aveuglette. Pour «faire le plus de bien possible», il ne faut pas écouter son cœur mais sa raison, et maximiser ses dons. Sur la plateforme américaine Give Well, on peut ainsi calculer au centime près l'impact de ses dons. Avec 1000 dollars par an, il est par exemple possible de protéger 700 personnes du paludisme au Malawi, ou opérer dix enfants aveugles au Nicaragua.

L'appât du don

L'altruisme efficace encourage aussi à faire carrière sur le principe du earning to give (gagner sa vie pour donner). Là encore, il existe une plateforme (80 000 Hours), pour choisir un métier permettant de régler le plus de problèmes mondiaux. Selon cette philosophie, le trader est donc plus efficace qu'un salarié d'ONG puisqu'il peut reverser plus de dons. Cynique ?

«En anthropologie, le don désintéressé n'existe pas. Derrière tout geste, il y a l'appât du don, le désir de créer une relation sociale ou d'obtenir une reconnaissance, rappelle François Gauthier, professeur associé de Science des religions à l'Université de Fribourg. Mais ce langage coût-bénéfice est une réintégration du don dans une logique marchande. On ne crée plus du lien, seulement de la rentabilité. Même les ONG, qui fonctionnaient sur un rapport de confiance, doivent de plus en plus répondre à la question: qu'est-ce qu'on fait avec un dollar?»

Cette question obsède aussi les philanthropes milliardaires. A la naissance de sa fille, fin 2015, Mark Zuckerberg, patron de Facebook, 56 milliards de dollars de fortune personnelle, annonçait réserver 99% de ses actions à sa fondation, la CZI, pour promouvoir l'éducation, l'égalité des chances et la recherche médicale. Il vient d'ailleurs d'offrir 3 milliards de son colossal bas de laine pour «éradiquer toutes les maladies affligeant l'humanité d'ici à la fin de ce siècle.» Hélas, certains s'étonnent que ce jeune démiurge minimise aussi ses obligations fiscales, qui permettraient pourtant de financer des écoles et des hôpitaux dans de nombreux pays. Dans l'altruisme efficace, on préfère se concentrer sur la fin des maladies plutôt que les soins aux malades.

Selfie solidaire

Ces temps-ci, l'altruisme crée également de nouveaux métiers: les conseillers en philanthropie qui s'activent à Hollywood, où l'engagement caritatif finit par compter presque autant que la filmographie (la générosité des stars est même égrainée sur des sites).

Ces coaches sont mandatés pour trouver les causes les mieux adaptées à la sensibilité de leurs clients... et de leur capital sympathie. Au nom de la lutte contre la maladie de Charcot, on a même vu des stars, et beaucoup d'anonymes, se verser un seau d'eau glacé sur la tête (lors du fameux «Ice Bucket Challenge», en 2014), prémisse à un altruisme d'un genre nouveau: le «selfie solidaire», qui pullule sur les réseaux sociaux pour tout et n'importe quoi.

Beaucoup trop n'importe quoi, selon le philosophe **Dominique Lecourt**, auteur de *L'égoïsme. Faut-il vraiment penser aux autres?* (Ed. Autrement): «On a sombré dans un monde binaire, avec d'un côté l'égoïste, le salaud qui ne pense qu'à lui et de l'autre l'altruiste, la personne admirable. Or l'altruisme n'est qu'une réponse morale ambiguë qui, sous des dehors policés, ne fait que renforcer l'égoïsme de compétition et la mise en scène de soi. C'est un discours structuré sur l'inégalité, qui aboutit à ces milliardaires philanthropes venant narguer des pauvres de plus en plus pauvres.

Tous ces symptômes renvoient à la nécessité de penser mieux les liens affectifs qui existent par nature entre les hommes et la vraie solidarité humaine.» Par prudence, mieux vaut continuer à écouter son cœur plutôt que sa raison, et faire des dons anonymes...

A lire:

- **Dominique Lecourt**, «L'égoïsme. Faut-il vraiment penser aux autres?», Ed. Autrement, 2015, 181 p.
- Peter Singer, «The Most Good You Can DIDEEO», Yale University Press, 2016 (réédition), 331 p.