



Les deux-mille-huitards sont généreux

Mai 68, nous avons vingt ans. Nous en avons soixante. Mais est-ce une raison pour régler leur compte aux soixante-huitards, pardon, aux deux-mille-huitards ? L'angle d'attaque est connu : généreux à vingt ans, radins à soixante.

La vérité oblige à décevoir les amateurs de renversements historiques. Bien que reprise par beaucoup depuis une dizaine d'années, l'idée d'une génération devenue féroce et égoïste à force de cultiver l'épanouissement individuel est une idée fautive. Les deux-mille-huitards ont roulé leur bosse, ils n'ont pas pour autant cadenassé leurs poches.

Les enquêtes sur le don, réalisées par TNS SOFRES pour la Fondation de France, montrent qu'ils sont, de ce point de vue, ni plus ni moins dans la continuité des générations précédentes. Très classiquement, la proportion de donateurs augmente avec l'âge : elle est de 22% chez les moins de 25 ans, 32% dans la tranche 25-34 ans, 38% chez les 35-49 ans, 42% de 50 à 64 ans, et 45% à partir de 65 ans.

S'ils donnent comme leurs prédécesseurs, les deux-mille-huitards, baby boom oblige, sont plus nombreux à basculer dans « l'âge du don ». Dans la tranche 55-65 ans, la taille des cohortes est d'environ 500 000 par année d'âge, contre 250 000 avant. Le secteur de la solidarité devrait en bénéficier à fond, à condition de bien comprendre les ressorts de cette génération et la façon nouvelle dont elle appréhende la question du don.

Car cette génération est généreuse différemment. Comment pourrait-il en être autrement, s'agissant de la même génération, qui, après avoir contesté le don privé au nom du combat politique, a engendré de nouvelles formes d'action humanitaire ? Les enquêtes qualitatives menées auprès des donateurs de cette tranche d'âge montrent une série de traits spécifiques.

Notre génération est engagée, mais pas dogmatique. Pragmatique, mais pas cynique. Elle accepte l'expérimentation et les idées neuves, avec lesquelles elle s'est toujours identifiée. Elle cultive l'empathie, qui rapproche, plus que la compassion, qui rabaisse. Elle répugne à entrer dans des logiques d'appartenance communautaire. Elle se méfie de la bonne conscience. Elle ne veut pas donner pour se décharger de son émotion et se désintéresser par la suite de ce qui arrive. Elle donne plus par plaisir que par devoir, mais c'est dans la rationalité du don qu'elle trouve son plaisir.

En dehors de la prise en charge des situations d'urgence, la génération 68 cultive le refus de l'assistanat. Aux opérations grandioses, elle préfère les solutions concrètes et durables, à travers des projets de dimension humaine, adaptés aux besoins des populations. Notre génération a aussi ses blessures : elle n'a pas traversé impunément l'ère du chômage de masse, de la précarité, des dislocations familiales... Ainsi, les 55-65 ans, lorsqu'on leur demande leurs priorités en tant que donateurs, citent en premier l'aide aux personnes âgées (48%), malades (41%) ou handicapées (41%). Mais aussitôt après viennent l'aide aux personnes en difficulté sociale (37%), aux mal-logés (35%), la protection de l'enfance (34%), l'environnement (31%), l'éducation (31%) et les droits des l'homme (24%).

Les deux-mille-huitards se sont transformés de concert avec la société. Leur maturité s'applique aussi à leur relation au don, à la sollicitation associative et à son efficacité. On peut leur parler d'argent sans détours et sans les effaroucher. Mais il faut aussi leur donner des arguments, des preuves, des informations. Non pas pour les rassurer sur l'utilisation honnête de leurs dons : on n'en est plus là, les grands réseaux associatifs ont établi la transparence sur leurs finances. Mais pour démontrer que leurs dons sont efficaces, que leur argent « fonctionne », qu'il a des conséquences concrètes sur la cause à laquelle ils ont souscrit, le terrain dont ils ont voulu se soucier, les acteurs qu'ils ont choisi de soutenir, les gens qu'ils ont décidé d'aider...

Il appartient aux ONG, aux réseaux associatifs, au secteur de la solidarité dans son ensemble, de répondre à ce besoin d'être informé au plus près. La génération 68 a grandi dans l'idée du « village planétaire » avant d'en avoir les outils. Les technologies lui permettent désormais à tout moment, pratiquement en temps réel, de recevoir les « remontées du terrain ». Il faut les lui donner. En elle-même, l'information ne règle pas les problèmes. Mais elle permet de rester réaliste, donc, comme chacun sait, de continuer à demander l'impossible.

Francis Charhon
Directeur général de la Fondation de France