

« Solidarité, générosité individuelle et Charity Business »

Après la Grande Dépression, on les appelait les « Hooverville », sobriquet fabriqué à partir du nom du président des Etats-Unis qui fut un des principaux responsables du krach avec ses politiques favorables au Stock Exchange. C'étaient des bidonvilles où se réfugiaient les victimes du Jeudi noir. Entre 1929 et aujourd'hui, il y a beaucoup de points communs : expulsés, sans-abris, travailleurs pauvres qui dorment dans leur voiture, suicides, punks qui font la manche du matin au soir...



La semaine dernière, je me suis rendu à Besançon, la ville natale de Victor Hugo et des Frères Lumière. J'ai laissé ma voiture dans le parking souterrain de la mairie et j'ai trouvé un jeune homme tremblant de froid près de la caisse. Je l'avais vu plusieurs fois auparavant, mais ce jour là il m'est apparu en piteux état. Je me suis éloigné ; on ne peut pas résoudre tous les problèmes de la planète à soi tout seul, n'est-ce pas ?

Deux rues plus loin, je tombe sur une Roumaine qui tient son bébé blotti contre son ventre. Je fuis son regard et je file retirer 60 euros au distributeur de ma banque préférée. Quelques pas à nouveau et ce sont une jeune femme qui ressemble à ma fille qui me supplie de lui donner de quoi s'acheter un sandwich et deux punks et leur chien qui se font déloger d'une cour par un commerçant en colère. Donner ou ne pas donner ? Combien d'argent ? A qui ?

Déjà la veille, j'avais été choqué par les excès de la mendicité télévisée : ça mendie dur, en ce moment : pour les victimes des tremblements de terre, pour la prévention du cancer du sein ou de la prostate, pour le Secours Catholique, le Secours Populaire, l'UNICEF, la FAO... Idem sur le t-shirt des arbitres et des sportifs avant les matchs de championnat, sur les panneaux publicitaires en ville, à la radio, dans les journaux. Les gens sont braves, ils veulent aider leur prochain.

L'essayiste et économiste Jeremy Rifkin l'a baptisé « quart secteur » en 1984, le premier secteur étant celui de l'agriculture, le second l'industrie, le troisième les services. Rifkin entend par quart-secteur l'exercice de l'entre-aide, le mouvement associatif, le non-lucratif, tout ce qui est pris en charge gratis par la société civile. Rien de mal à ça, si ce n'est que la pauvreté passe du statut de fléau à éradiquer collectivement à une affaire de générosité privée.

Ca n'est pas une nouveauté, la charité est un business qui entre en concurrence avec des entités qui paient leurs employés. Ce sont les laboratoires pharmaceutiques qui rigolent ; les recherches boostées par la générosité publique apportent de l'eau à leur moulin et les couvre d'or. Enfin il y a la chasse au parrain prestigieux et la concurrence entre les bonnes causes. Les amis du footballeur Stefano Borgonovo recueillent des fonds contre la sclérose latérale amyotrophique qui est venu à bout de lui et de pas mal de ses collègues. Parmi les premiers en France, des gens comme Lino Ventura s'impliquent dans la lutte contre les maladies pour des raisons personnelles... Alors comment faire, comment établir s'il l'on doit envoyer un SMS au Téléthon ou aux victimes des tremblements de terre ? Faut-il pour cela que je me fie à la star du foot ou du spectacle pour choisir ? Au curé ? A ma voisine ? Comment et à qui dois je donner ou ne pas donner ? Que feront-ils de nos dons ? Qui gère l'argent avant qu'il n'arrive à ceux que nous voulons aider ? Où est-il investi ? Dans quelle banque ? Avant de l'expédier où il doit arriver, ces sommes sont placées où : dans un paradis fiscal où il se mêlera à l'argent sale de l'évasion fiscale ? Avec ces fonds, on embauchera du monde ? Si tel le cas, qui embauchera-t-on et à qui cela profitera-t-il ?

Ce n'est pas un hasard si l'on appelle toutes ces affaires le « Charity business ». Le phénomène date des années 80, lorsque Bob Geldof, George Harisson et Bob Dylan ont décidé de s'engager dans la lutte contre la famine en Ethiopie avec leurs méga-concerts. Remarquez, si l'opération « Acqua di Gio » pour lutter contre la sécheresse au Ganha permet de fournir de l'eau aux malheureux et de creuser des puits, c'est tant mieux, bien sûr, merci M. Armani, mais après ? Quand le sponsor change de stratégie et que le flux d'argent frais vient à manquer ? Quand la cause en question cessera de faire venir l'eau à la bouche des tacticiens du marketing, qui s'occupera de prendre la suite ?...

Après avoir acheté quelques bouquins aux « Sandales d'Empédocle », je retourne à mon parking. La nuit est tombée et une pluie glaciale gifle le pavé du centre ville de Besançon. Sur le chemin du retour, je ne vois plus la gamine qui ressemble à ma fille, ni la Roumaine avec son bébé. Seul le sans-abri du parking est encore allongé dans sa flaque en claquant des dents. C'est plus fort que moi, j'ignore les discours du type « ne les aide pas, ça les encourage » ou « on récolte toujours ce qu'on a semé » et je glisse quelques pièces dans son béret.

Sur l'écran de la caisse automatique, on me dit que je dois 9,50 € si je veux récupérer ma voiture, c'est-à-dire 10 fois plus que ce que j'ai donné au malheureux gamin. Ca me prend comme ça, je fais demi-tour et je lui tends un billet de 5€. Je m'éloigne et j'appelle l'ascenseur. En me retournant je constate que le malheureux s'est levé comme un zombie ; il n'est pas ivre, juste épuisé, sur le point de s'écrouler. La porte de l'ascenseur se ferme au moment où il m'adresse un regard bouleversant.

Toujours la question : Comment faire quand on veut aider ? Qui choisir ? ? La Roumaine et son bébé ? La gamine qui ressemblait à ma fille ? Les victimes des catastrophes naturelles ou du terrorisme ? La recherche ?

On avait la réponse en France et elle s'appelait répartition, solidarité collective, prévoyance et sécurité mutuelle. Les foutus cafards qui nous gouvernent, tous bien gros et bien gras, ont décidé de tailler tout cela en pièce. Alors qu'on le veuille ou non, la charité retarde toujours la justice et ne soigne pas le mal à la racine.

Mario MORISI

Adaptation en français par l'auteur lui-même

