

La fraternité, plus forte que l'appât du gain !

Non, l'isolement ne sera pas le nouveau business, comme pourrait le laisser entendre certains médias qui se font l'écho ces derniers jours de l'initiative de Chuck McCarthy, un américain qui propose des promenades pour permettre à des gens de sortir de leur solitude... contre rémunération. Et la France n'est pas épargnée. Depuis quelques temps, fleurissent des start-up qui proposent de recréer du lien social, plus particulièrement pour les personnes âgées isolées. Du site qui propose de fournir chaque mois à une personne âgée une boîte à bonheur personnalisée à celui qui invite les seniors à s'inscrire à une manifestation culturelle contre un accompagnateur trié sur le volet, la promesse de vente est toujours la même : créer une rencontre, recréer du lien social.

Un modèle économique peut-il réellement se développer en tirant profit de l'isolement social comme argument marketing ? La tentation est en effet grande au regard de l'importance potentielle du marché. On estime qu'1 Français sur 8 est seul -contre 1 sur 10 en 2010- et 1 sur 3 risque de le devenir -1 sur 4 en 2010- ; les plus de 75 ans sont les plus impactés par cette augmentation de la solitude : 1 personne âgée sur 4 est seule, 27 % en 2014 contre 16 % en 2010 (*Etude Les solitudes en France, Fondation de France, 2014*).

Une association comme les petits frères des Pauvres peut légitimement s'indigner contre l'idée même de monnayer la relation humaine quand on sait que le premier besoin des personnes âgées, la catégorie qui souffre le plus de l'isolement, est précisément l'affection (45% des personnes âgées souhaitent avant tout de l'affection de la part des jeunes, *étude les petits frères des Pauvres/Fondation Monoprix/BVA, sept. 2016*).

Nous pouvons par ailleurs éthiquement fustiger la création de start-up qui proposent à des personnes de rompre leur solitude contre de l'argent. Le phénomène de développement de ces "ubers" du lien est d'autant plus choquant que l'isolement est très souvent corrélé avec de faibles ressources et risque d'aggraver encore cette inégalité. La monétarisation de la lutte contre la solitude amplifierait la discrimination entre les personnes aisées et celles moins aisées. Cette « industrie de la compagnie » se tournerait plus naturellement vers les personnes ayant les moyens de se payer ce service. A nouveau, les personnes qui n'auraient pas les moyens seraient mises à l'écart, enfermées dans leur solitude.

Si la posture de l'indignation est nécessaire, nous sommes persuadés que témoigner de ce qui se fait déjà au quotidien, montrer les possibles afin de permettre et donner envie au plus grand nombre d'agir pour refuser la fatalité l'est plus encore.

Pour les petits frères des Pauvres, la lutte contre la solitude ne sera jamais dictée par les lois du marché mais bien par la capacité de nos concitoyens à prendre à bras le corps cette question essentielle pour garder notre société debout. Et nous avons toutes les raisons d'être optimistes.

D'abord parce que nous sommes convaincus que le paiement d'un service de « compagnie » ne pourra jamais répondre à ce besoin fondamental de relation et de fraternité. Le lien artificiel de ce type de prestation ne remplacera jamais la valeur d'une vraie relation fraternelle, gratuite et voulue des deux côtés, de personne à personne. Seule une relation de personne à personne peut effacer la dissymétrie qui se joue dans le cas de la monétarisation de la relation. Pour preuve, de nombreux bénévoles des petits frères des Pauvres appellent les personnes âgées qu'ils accompagnent les Vieux Amis. Retisser des liens dans la durée repose en toute évidence sur des rencontres profondes et sincères, sans contrepartie d'ordre commerciale. Forte de son expérience de 70 ans à l'écoute des personnes seules qu'elle accompagne, l'Association peut témoigner par la voix de ses bénévoles que dans la relation, chacun donne et reçoit autant.

Ensuite parce que nous avons confiance dans la générosité des citoyens et des jeunes générations en particulier. Même si les jeunes français, champions comme leurs aînés de l'autocritique, se jugent « égoïstes » à 62 % (*étude les petits frères des Pauvres/Fondation Monoprix/BVA, sept. 2016*), nous voulons leur dire qu'ils sous-estiment tout ce qu'ils peuvent apporter. D'ailleurs ils sont 85 % à se dire prêts à donner du temps pour les personnes âgées. Et au sein même de notre Association, c'est aujourd'hui la "catégorie" de bénévoles qui a le plus augmenté et qui représente près de 30% des personnes engagées. Le désir d'engagement des jeunes se confirme aussi avec le succès croissant du service civique. Contrairement à ce que des esprits pessimistes affirment, cet essor ne s'explique pas seulement par les difficultés à entrer sur le marché du travail mais relève souvent d'un vrai choix de solidarité et de recherche de sens à donner à sa vie. Et pour ceux qui n'ont pas choisi cette voie pour ces motivations précises, il permet souvent aux jeunes de s'engager ensuite durablement auprès d'une association.

C'est pourquoi loin de céder aux sirènes de l'alarmisme sur un risque d'uberisation de la relation, nous croyons en la capacité de notre société à ne pas réduire la relation à un service et à relever le défi de l'isolement par la seule arme qui existe, celle de la fraternité. C'est notre propre humanité qui est en jeu.

Alain Villez, Président

Les petits frères des Pauvres