

Faculté des sciences économiques,
Sociales, politiques et de communication

Donner, oui ! Mais... quoi, à qui, comment ?
Ce qui motive et influence le don.

Auteur : Michèle WILMET
Promoteur : Professeur Frédéric MOENS
Année académique 2019-2020
Master en Sciences politiques, orientation générale (HD)

Remerciements

Cette ultime étape de ma formation ne se sera pas réalisée sans mal. Voilà un exercice intellectuel qui m'aura procuré beaucoup de plaisir et de satisfaction mais qui aura également généré beaucoup de moments de doute !

Je voudrais remercier mon promoteur, Monsieur le Professeur Moens, pour sa patience, son écoute, sa disponibilité et ses nombreux conseils qui m'ont aidée à toucher au but.

J'adresse également de chaleureux remerciements à tous mes proches qui ont contribué à relancer la machine quand elle semblait s'essouffler : ma fille Camille et son enthousiasme communicatif, ma famille bien sûr, mes amies et mon collègue qui, chacun à leur façon, ont trouvé les mots adéquats pour entretenir l'idée que j'allais y arriver.

Je me dois de remercier les 431 personnes qui ont répondu à mon questionnaire et les neuf personnes qui se seront prêtées de fort bonne grâce à l'exercice de l'interview en visioconférence !

Merci à Isabelle pour son soutien logistique et ses encouragements.

Je dédie ce travail à François. Je voudrais lui dire : Yes we can !

“Donner, c'est aussi apprendre à se connaître.” Anonyme

Résumé

Suite à un changement complet d'orientation professionnelle, nous avons intégré en 2016 une institution relevant du secteur non-marchand. La problématique de l'importance des dons dans le mode de financement des ASBL, la nécessité de s'intéresser à leur pérennisation ainsi que la découverte de la part grandissante des nouvelles technologies dans la collecte de fonds sont autant d'aspects qui nous ont questionnée et décidée à y consacrer le sujet de notre mémoire de fin d'études.

Nous avons démarré notre travail en établissant ce qu'était un don dans une conception généraliste et familière. Abordant la partie théorique de notre recherche, notre première surprise a été de réaliser la quantité de travaux qui existaient sur ce sujet et la diversité des disciplines qui s'y sont intéressées. Faisant le choix du prisme de la sociologie, nous nous sommes penchée sur une sélection d'écrits théoriques qui nous ont permis de nous approprier une définition du don. Cette partie théorique nous a permis d'appréhender l'écart qui existait entre ce que l'on pense *a priori* être un don et *in fine* la complexité des interactions que cet acte recouvre.

Nous avons souhaité confronter les contradictions ainsi découvertes, à savoir le caractère contraint et intéressé du don, avec la réalité. Pour ce faire, nous avons élaboré un questionnaire qui a été diffusé sur Facebook, sans échantillonnage préétabli. Ce questionnaire a récolté 431 réponses dont l'analyse, cette fois encore, a mis en lumière des comportements qui ne correspondaient pas à nos hypothèses de départ : nous pensions notamment trouver des comportements différenciés selon les tranches d'âge alors que nous avons plutôt trouvé des écarts de comportement selon le genre - homme ou femme – des répondants.

Nous avons ensuite procédé à neuf entretiens individuels dans le but de récolter des propos qui nous permettraient d'illustrer des éléments jugés importants d'un point de vue théorique ou des conclusions émergeant de l'analyse du questionnaire.

Table des matières

1. Introduction	1
2. Choix d'une démarche méthodologique.....	5
3. Le don : de quoi parle-t-on ?	7
3.1. Le don : généralités.....	7
3.2. Le don : définition.....	8
3.3. Marcel Mauss et son essai sur le don	11
3.4. Du don selon Mauss au tiers paradigme de Caillé	13
3.5. Une typologie du don.....	15
3.6. Premières conclusions et hypothèses de travail	17
4. De la théorie aux résultats concrets.....	19
4.1. Commentaires quant à la phase de construction du questionnaire	19
4.2. Commentaires à la clôture du questionnaire	21
4.3. Analyse du questionnaire	23
4.3.1. <u>Part du monétaire dans l'ensemble des dons questionnés</u>	23
4.3.2. <u>A qui donne-t-on ?</u>	29
4.3.3. <u>Influence des médias ou des réseaux sociaux</u>	32
4.3.4. <u>Actes à l'origine du don</u>	36
4.3.5. <u>Recevoir un cadeau : sentiments et réactions</u>	40
4.4. Conclusion après analyse du questionnaire.....	42
5. Du questionnaire à la parole	43
5.1. Analyse des entretiens	44
5.2. Conclusion des entretiens	50
6. Conclusions générales	52
7. Bibliographie.....	54
8. Les annexes	56

Listes des tables

<i>Table 1 - Testart - typologie du don</i>	15
<i>Table 2 – Comte - modes de transmission des richesses</i>	15
<i>Table 3 - Durkheim - Mauss - typologie des échanges</i>	16
<i>Table 4 - SORGEM pour la FdF - typologie des donateurs</i>	16
<i>Table 5 - Wilmet - typologie des dons monétaires</i>	17
<i>Table 6 - Répartition par âge et suivant le genre des répondants</i>	22
<i>Table 7 - Répartition par type de biens donnés et leur fréquence</i>	24
<i>Table 8 - Age versus fréquence moyenne par type de don</i>	26
<i>Table 9 - Répartition par genre des fréquences et types de don</i>	28
<i>Table 10 - Don d'argent - fréquences réparties par genre et par âge</i>	29
<i>Table 11 - A qui donnez-vous ? Répartition par type de bénéficiaires</i>	30
<i>Table 12 - A qui donnez- vous ? Type de socialité</i>	31
<i>Table 13 - A qui donnez-vous ? Type de socialité par genre et par âge</i>	32
<i>Table 14 - Action des médias ou des réseaux sociaux</i>	33
<i>Table 15 - Action des médias et causes inconnues - par genre et par tranche d'âge</i>	34
<i>Table 16 - Action des médias et intentions préalables - par genre et par tranche d'âge</i>	35
<i>Table 17 - Action des médias et taux de fréquence par genre</i>	35
<i>Table 18 – Déclencheurs à l'origine d'un don</i>	36
<i>Table 19 - Par genre - Poids des déclencheurs à l'origine d'un don</i>	36
<i>Table 20 - Par genre et par tranche d'âge - Déclencheurs d'un don -</i>	37
<i>Table 21 - Par genre - nombre de déclencheurs identifiés</i>	38
<i>Table 22 - Déclencheurs du don - Groupe 1</i>	39
<i>Table 23 - Déclencheurs du don - Groupe 2</i>	39
<i>Table 24 - Par genre - poids d'un cadeau reçu</i>	40
<i>Table 25 - Par genre et par âge - poids d'un cadeau reçu</i>	41
<i>Table 26 - Réponses positives à la proposition d'interview</i>	43

Listes des graphiques et/ou illustrations

<i>Figure 1 - FRB - Baromètre des Associations 2018</i>	2
<i>Figure 2 - Clôture du questionnaire - Nombre de répondants</i>	21
<i>Figure 3 - Répartition par type de biens donnés et leur fréquence</i>	25
<i>Figure 4 - Courbe d'évolution par type de don</i>	27
<i>Figure 5 - Genre et emploi du temps</i>	28
<i>Figure 6 - Don d'argent - fréquence par genre et par âge</i>	29
<i>Figure 7 - A qui donnez-vous ?</i>	30

Liste des annexes

Annexe 1 – Questionnaire vierge.....	56
Annexe 2 – Question 4 - type de don qui n'apparaît pas dans la liste : réponses reçues.....	61
Annexe 3 – Guide de l'entretien	65
Annexe 4 - Fiches individuelles.....	66

1. Introduction

Le don comme sujet de mémoire peut surprendre tant cet acte semble faire partie de notre quotidien.

J'ai travaillé pendant plus de 30 ans dans le secteur marchand où le « guide suprême » est le profit, condition *sine qua none* de la survie de l'entreprise.

En 2016, pour diverses raisons dont, entre autres, une nouvelle recherche de sens à mon activité professionnelle, j'ai ressenti le besoin de me réorienter. J'ai eu la chance de trouver un emploi dans le secteur non-marchand, plus précisément dans un foyer d'hébergement pour enfants et adolescents (Service Résidentiel Général) agréé par l'Aide à la Jeunesse et subventionné par la Fédération Wallonie-Bruxelles.

De façon assez naïve, je ne pensais pas être confrontée à nouveau à ces questions budgétaires qui me semblaient triviales comparées aux objectifs poursuivis. Très vite pourtant, j'ai réalisé que si les subventions allouées permettaient à l'institution de fonctionner et de remplir sa mission, elles ne suffisaient pas à réaliser aisément certaines actions pourtant complémentaires au maintien d'une bonne gestion. On peut citer, à titre d'exemple, les besoins de renforcer les équipes éducatives, qui nous contraignent à dépasser le cadre alloué et subventionné, l'organisation d'activités de loisirs ou de vacances supplémentaires pour les jeunes, l'entretien des bâtiments, le renouvellement du matériel, des véhicules, etc.

Ces frais sont réalisés sur fonds propres quand les institutions ont la chance d'avoir pu s'en constituer. La question est alors : mais d'où proviennent ces fonds propres ?

Me référant à l'Arrêté royal du 14 février 2008 (MB 27/02/2008) instituant la Commission paritaire pour le secteur non-marchand et fixant sa dénomination et sa compétence, nous pouvons lire que « par organisation du secteur non-marchand, on entend toute organisation privée qui vise à fournir des services à ses membres ou à la collectivité sans poursuivre de but de lucre et dont le financement provient principalement de subsides, de dons, de cotisations de membres ou du bénévolat (article 1^{er}) ».

Cette information est effectivement corroborée par le *Baromètre des Associations 2018*, étude réalisée à la demande de la Fondation Roi Baudouin, par Ipsos et Idea Consult qui se sont basés sur des données de la Banque nationale et de l'ONSS (chiffres 2017).

On y trouve la confirmation que les « subsides publics restent la principale source de revenus des associations : 82% en bénéficient. Ces subsides constituent 58% des revenus totaux des organisations qui s'adressent aux pouvoirs publics. » On y note également que la première source de financement après les subsides et financements publics provient des dons de particuliers (financiers ou en nature).

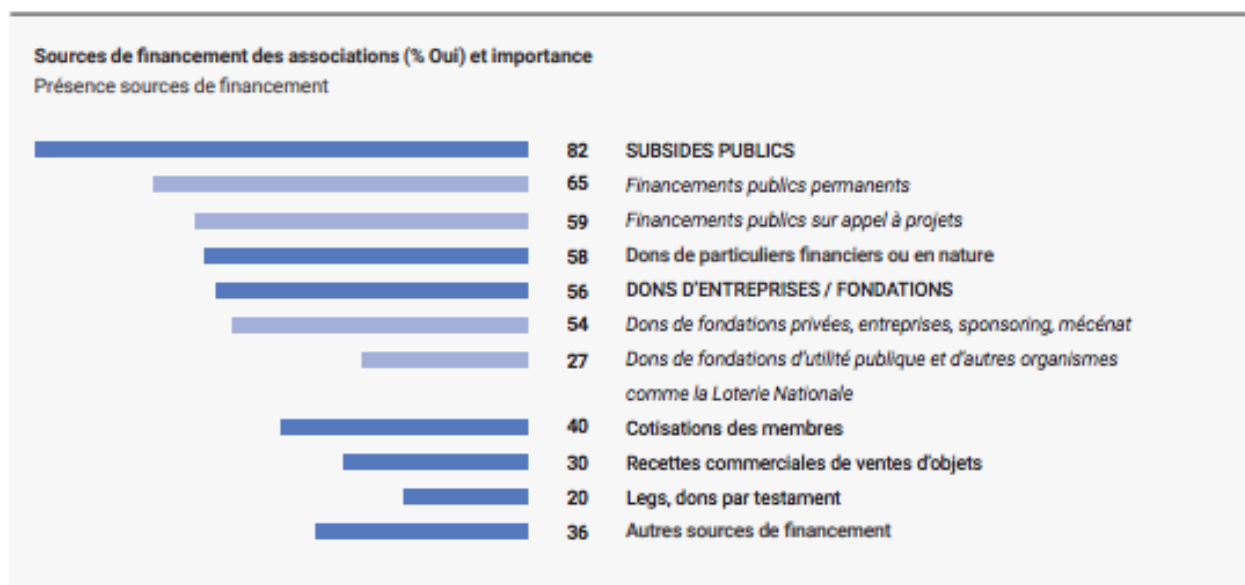


Figure 1 - FRB - Baromètre des Associations 2018 – Sources de financement des associations

C'est ainsi que j'ai rapidement appréhendé l'importance des dons dans la gestion de mon institution qui ne collecte pas de cotisation. Cette prise de conscience a engendré une série de questionnements : Comment assurer pleinement et inscrire durablement notre mission sur une part potentiellement incertaine ou volatile de rentrées financières ? Qui sont nos donateurs ? Qu'en est-il de la pérennité des dons que nous recevons ? Etc.

En entamant mes premières recherches sur le sujet, je me suis vite aperçue de l'importance et de la part grandissante de la professionnalisation dans l'appel et la collecte de dons. Je pense, d'une part, aux stratégies de communications importantes de la part des grandes ONG mais également, d'autre part, à l'impact croissant des nouvelles technologies de l'information appliquées au secteur caritatif ou à l'influence sans cesse grandissante des réseaux sociaux sur les comportements des individus.

Cette évolution se trouve résumée dans la page web dédiée à l'histoire de l'Association Française des Fundraisers (AFF) (<https://www.fundraisers.fr>) qui évoque la collecte de fonds comme un métier dont la forme organisée « remonte à la fin des années 70, quand une poignée de pionniers importent des Etats-Unis l'idée d'appliquer les méthodes de la vente par correspondance... à la générosité ! » L'AFF nous rappelle également que le *fundraising* sort aussi peu à peu de l'ombre, poussé par les médias. En effet, en 1986, les Restos du Cœur lancent leur chanson sur les ondes, avec déjà l'idée de faire des concerts. La même année, Médecins Sans Frontières est à l'origine de la première grande campagne de publicité associative évoquant "deux milliards d'hommes dans sa salle d'attente". En 1987 l'Association Française contre les Myopathies importe le Téléthon en France. En 1991 naît la première association pour les professionnels du *fundraising* en France et onze ans plus tard, en 2002, se tient le premier séminaire francophone de la Collecte de Fonds.

Sans se limiter au secteur caritatif, les nouvelles technologies continuent leur progression dans le secteur de la collecte de fonds, avec, dès le début des années 2000, les plateformes de collectes sur internet ou *crowdfunding*. D'aucuns objecteront que le *crowdfunding* ou financement participatif relève plutôt du secteur économique ; pour ma part, je me réfère au mémoire de C. Buisseret (2017, p6) qui structure les différentes plateformes de *crowdfunding* selon qu'une contrepartie financière est attendue ou pas. Dans la catégorie du financement sans contrepartie financière, qu'elle cite comme étant la plus répandue sur le marché du financement participatif, elle mentionne le don ou *crowdgiving*, en prenant comme exemple la restauration du Panthéon à Paris. Parmi toutes ces plateformes, citons *Kickstarter* aux Etats-Unis (début 2000), suivies en France par *MyMajorCompany*, *KissKissBankBank*, etc. Ce secteur s'organise rapidement et l'association « Financement Participatif France » (FPF) (<https://financeparticipative.org>), qui fédère les différents acteurs de ce secteur, voit le jour le 13 août 2012.

Un article du journal *Le Soir*, daté du 18 juin 2019, recense pas moins de douze sites de levées de fonds. A cette liste, j'ajouterai le site de *helloasso* (<https://www.helloasso.com/>) : bien que réservée exclusivement aux associations françaises, cette plateforme démontre, à elle seule, l'intérêt porté au secteur non-marchand.

D'autre part, la volatilité des dons et la fragilité de ce système sur lequel les associations comptent, sont mises en évidence dans un communiqué de presse publié le 04 avril 2019 par *France Générosité*, un syndicat professionnel des associations et fondations en France faisant

appel aux générosités : l'article pointe qu'une modification de l'écosystème fiscal français – hausse de la CSG pour les retraités, modification de l'ISF en impôt sur la fortune immobilière et arrivée du prélèvement de l'impôt à la source – a entraîné une diminution globale de 4,2 % du montant des dons reçus.

Plus proche de nous dans le temps et l'espace, un article paru le 11 décembre 2020 sur le site de *La Libre Belgique* pose la question de l'impact de la pandémie Covid-19 sur la solidarité des Belges et évoque la dégradation de la situation financière des associations liée notamment à la diminution des dons de particuliers et des fondations privées.

C'est sur base de cette triple prise de conscience - à savoir de l'importance des dons pour la survie des associations, de leur volatilité et de la part grandissante de la professionnalisation basée sur l'usage des technologies de l'information – et de l'envie de comprendre le ressort qui mène au don, qu'est née la thématique centrale de mon travail : que fait le donateur quand il donne ? Cet acte posé qu'est le don évolue-t-il dans le temps, avec l'âge, avec le genre ? En quoi des interventions extérieures - de type technologique par exemple - modifient-elles l'acte posé par le donateur ?

2. Choix d'une démarche méthodologique

Nous nous sommes basée sur la méthode définie par Van Campenhoudt, Marquet et Quivy (2017) pour mettre en place notre modèle de travail déductif.

Après la phase de prise de conscience et de formalisation de notre questionnement qui fait l'objet du chapitre précédent, nous avons considéré qu'il conviendrait d'établir une définition du don. Pour ce faire, l'étape initiale brossera un premier tableau de ce que représente le don pour tout un chacun. La démarche suivante consistera à poser le cadre théorique de notre sujet : il s'agira alors de comparer cette première définition empirique à une définition théorique du don résultant de travaux de sociologues tels que Comte, Durkheim, Mauss, Bourdieu et enfin Caillé, définition établie au regard des paradigmes établis et reconnus de la sociologie.

De cette mise en regard des différentes définitions, nous souhaitons pouvoir faire le choix d'une définition qui nous convient. Nous nous attendons également à voir émerger des disparités sur lesquelles nous pourrions bâtir des hypothèses de réponses. Il conviendra ensuite d'isoler des items observables nécessaires à la construction d'un questionnaire ; celui-ci nous permettra de nous confronter à nos hypothèses initiales par le biais d'informations quantitatives.

Le recours à un questionnaire aura, comme objectif secondaire, de mettre à notre portée des personnes de profils variés, selon le genre et l'âge, qui nous sont inconnues et qui accepteront d'être interviewées ultérieurement sur le sujet.

C'est de la compilation des éléments quantitatifs récoltés que nous espérons voir se dessiner des lignes de conduites différenciées selon les tranches d'âge et/ou les genres.

La méthode de construction du questionnaire ainsi que les choix effectués au moment de son analyse seront détaillés dans la section 4 (page 19 et suivantes).

Le choix d'avoir recours aux entretiens individuels poursuit une visée d'ordre qualitatif : nous avons conscience que le sujet du don est délicat car faisant appel à un vécu et des mécanismes très personnels ; ne connaissant pas nos interlocuteurs, nous sommes consciente de courir le risque que la parole reste retenue. De plus, la période sanitaire durant laquelle ces entretiens seront réalisés ne permettra pas de se rencontrer autrement que par le biais de visioconférence.

Notre espoir est néanmoins de pouvoir recueillir des propos suffisamment explicites que pour pouvoir les utiliser à des fins d'illustration de certaines parties théoriques de nos recherches ou de certaines de nos conclusions obtenues à l'issue de la phase d'analyse des résultats apportés par le questionnaire.

La méthodologie propre à la construction des entretiens sera rapportée à la section 5 (page 43 et suivantes).

Nous clôturerons ce mémoire par un dernier chapitre dans lequel nous tirerons les enseignements de la méthodologie utilisée ainsi que les conclusions découlant de l'analyse du questionnaire et des entretiens. Nous verrons alors si nous avons pu apporter des réponses aux questions qui clôturent notre introduction ou si d'autres questions s'y sont substituées.

3. Le don : de quoi parle-t-on ?

3.1. Le don : généralités

Le concept de don recouvre des notions variées qui trouvent à s'exercer dans des situations très diverses. Citons, à titre d'exemple, les aumônes ou les offrandes dans une perspective religieuse, les aides sociales et autres subventions dans une perspective institutionnelle, les récompenses dans une perspective symbolique, les libéralités, les pourboires dans une perspective économique, le mécénat dans une perspective culturelle, les legs dans une perspective de transmission patrimoniale ou la philanthropie dans une perspective caritative.

Le don trouve son origine dans la genèse des relations humaines. Si l'on considère l'expression « donner la vie », il en est même indissociable. Cette pratique ancre donc son origine dans l'organisation même de la cellule familiale, de la communauté puis de la cité ; par contre, elle a dû s'adapter en évoluant avec les pratiques sociétales.

Communément, lorsque l'on questionne autour de soi sur ce qu'est un don, en précisant qu'il ne s'agit pas du domaine des « pouvoirs et compétences », on obtient une réponse assez proche de ce que nous propose le dictionnaire *Le Robert* comme définition : « il s'agit de l'action d'abandonner gratuitement à quelqu'un la propriété ou la jouissance de quelque chose avec la notion de ne rien recevoir de lui en retour ». Nous verrons au cours de nos recherches qu'il n'en est rien ! Cette définition spontanée et lexicographique ne décrit qu'une partie de ce que le don constitue.

Les personnes interrogées de manière informelle classent les dons en deux pôles que sont :

- les dons matériels tels que les dons d'organes, de moelle, de sang et de plasma, de biens divers (aliments, vêtements, jouets, objets du quotidien, meubles, etc..) et d'argent.
- les dons immatériels tels que les dons d'amour, de bienveillance, de temps, de connaissances ou d'expertise professionnelle, scientifique, technologique, artistique, ...

De ces discussions, d'autres types de classification apparaissent, notamment le don ciblé vers une personne identifiée dans le cadre de relations personnelles préexistantes (cadeaux, legs, héritage...) ou anonyme vers une fondation, une organisation généraliste ou spécialisée.

A priori, sondant des proches sur leur perception du don, s'ils ont tous évoqué l'objet du don et les besoins du bénéficiaire du don, personne n'a fait référence au donateur, à ses motivations profondes.

3.2. Le don : définition

Comme évoqué dans l'introduction, notre première étape est de tenter une définition du don.

Nous avons vu précédemment que les angles de vue permettant d'appréhender ce que serait le don sont nombreux : l'économie, la gestion, les sciences sociales, l'histoire des religions... Notre choix s'est porté sur le prisme de la sociologie, actant ainsi d'une conviction du don comme fait social, à savoir régulier, constant et s'adressant à la collectivité plutôt qu'à l'individu.

Nous rencontrerons, au cours de nos lectures, différents termes qui, bien que touchant au domaine du don, sont plus spécifiques ou ciblés que l'aspect que nous souhaitons aborder. Citons l'évergétisme dont Moens (2007) donne la définition suivante : « [...] toute sorte de don fait en nature ou en argent à la collectivité, c'est-à-dire pour le bien commun et non destiné à un individu particulier, et qui est chargé, explicitement par le donateur, d'un sens politique ». Un autre terme défini dans le même article est la philanthropie qui « consiste en une redistribution volontaire de moyens financiers ou de ressources matérielles ; cette redistribution est animée par des conditionnalités plus ou moins fortes imposées par le philanthrope envers le receveur ».

Dans le premier chapitre de sa « critique du don », Testart (2007) nous propose une première approche linguistique des différents paradoxes qui entourent la notion de « don » : ce verbe « donner » que nous utilisons sans distinction malgré différentes situations trouve son origine dans deux verbes latins distincts : *donare* qui signifie faire un don et *dare* qui s'applique à tout mouvement, tout transfert de bien.

Ce double sens du verbe donner est confirmé par la première approche de la définition du don qui nous est fournie par Philippe Steiner (2016) : il nous précise dans son introduction à « Donner... Une histoire de l'altruisme » la notion suivante :

Donner se comprend par opposition à échanger. Dans le langage du droit, le don est volontaire et implique l'absence de contrepartie, ce qui fait la différence avec l'échange, lui aussi volontaire, mais réalisé en vue d'une contre-valeur équivalente à la chose cédée.

Dans cet ouvrage, Steiner mentionne qu'il n'existe pas d'histoire de l'altruisme et du don comme il existe une histoire de l'intérêt et du marché. Afin de tenter une approche de cette définition, il développe la notion d'altruisme en rappelant les travaux réalisés sur le sujet principalement par Comte, Durkheim, Mauss et enfin Bourdieu.

Steiner (2016) cite Auguste Comte (1798-1857) en sa qualité de précurseur : en effet, nous lui devons l'énonciation de la notion de l'altruisme, à savoir :

- des comportements - ou des actes - *a priori* désintéressés qu'il ancre dans le paradigme familial de l'altruisme, selon lequel la famille est un espace social dans lequel les échanges échappent au monde marchand. L'enfant développe une vénération envers ses parents qui prennent soin de lui, les époux sont mutuellement attachés l'un à l'autre par leur union et les parents font œuvre de bonté en s'occupant de leurs enfants, la différente position occupée par l'individu au fil de sa vie lui permettant d'en apprécier les différentes facettes ;
- le positionnement antagoniste de la notion d'altruisme à celle d'égoïsme. Pour ce faire, Comte établit une topographie du cerveau humain et y classe les fonctions intellectuelles et affectives suivant trois parties : la partie affective avec le cœur, la partie pensante avec l'esprit et la partie active avec le caractère. Dans la partie active, il range les dix instincts suivants selon qu'ils relèvent de l'égoïsme, de l'altruisme ou d'une zone intermédiaire :
 - l'instinct nutritif, sexuel, maternel, militaire (ou destructif) et industriel (ou constructif) dans une sphère d'égoïsme pur ou d'intérêt ;
 - la vénération, l'attachement et la bonté qui forment l'altruisme ;
 - la domination et l'approbation qui se situent à l'intersection de l'égoïsme et de l'altruisme en une zone de recouvrement entre l'individu et les relations sociales.

Steiner (2016) nous le rappelle : Comte s'insurge contre l'importance que les économistes accordent au calcul dans l'action humaine ; et pourtant, sa conceptualisation de l'altruisme a été intégrée dans l'approche utilitariste qu'il cherchait à combattre ; pour mémoire, cette approche vise à maximiser la recherche du bien-être collectif.

Steiner (2016) évoque ensuite les travaux d'Emile Durkheim (1858-1917) qui complètent l'analyse de Comte par la mise en lumière de l'importance de l'influence de la construction sociale par opposition à l'aspect rationnel de l'intérêt économique pur de l'individu. Pour Steiner (2016), Durkheim comprend que l'altruisme et l'égoïsme sont deux phénomènes liés, engendrés par la montée de l'individualisme qui accompagne la société industrielle.

L'altruisme devient alors la marque du social inscrite dans le comportement individuel pour rendre possible la solidarité sociale. « Partout où il y a des sociétés, il y a de l'altruisme, parce qu'il y a de la solidarité ».

En évoquant l'égoïsme des groupes agissant comme modérateur à l'égoïsme individuel, en pointant l'existence d'un emboîtement de collectifs qui se régulent mutuellement pour empêcher la formation d'égoïsmes contraires à l'intérêt général, Durkheim arrive à la conclusion que l'égoïsme trouve ainsi sa place dans toute la vie sociale et plus seulement dans la vie économique, mettant ainsi en évidence l'emprise du collectif sur l'individu.

Steiner (2016) introduit alors Marcel Mauss (1872-1950) qui poursuit ce développement en confirmant l'importance des normes sociales dans la compréhension du don. En partant des notions d'égoïsme et d'altruisme, Mauss introduit la notion de don et contre-don basée sur l'étude de sociétés primitives où il met en évidence la triangulation « donner-recevoir-rendre » comme base du contrat social, étrangère, mais néanmoins prémices, à l'échange économique. La contribution de Marcel Mauss (1923-1924), considéré comme le théoricien du concept de don, fera l'objet de la section suivante.

Steiner (2016) conclut avec Bourdieu qui va contester la thèse du comportement désintéressé et mettre en évidence l'importance de l'intérêt symbolique, qu'il conceptualise sous le terme de la « logique d'honneur ». Dans ses travaux, basés sur l'expérience acquise durant son séjour en Algérie, Bourdieu met en évidence le processus de l'émergence de l'esprit de calcul qui contrevient à l'économie traditionnelle de l'honneur. Cette dernière, reposant sur la solidarité familiale et de voisinage, n'établit pas de rapport entre le temps passé et le produit de la solidarité. Le développement croissant du statut de salarié vient questionner la hiérarchie qui existait au sein des familles et le principe de transmission des terres. L'accès au statut de salarié permet l'accès à l'autonomie des personnes et l'accumulation de richesses qui dépassent les besoins personnels, ce qui constitue un moyen de produire de la domination. L'exemple de *la Twassa* est significatif : il s'agit d'un système d'échange de dons qui a lieu principalement lors des mariages. Tous les membres de la communauté donnent, sachant qu'ils recevront, un jour, le don en retour et qu'ils recevront plus que ce qu'ils ont donné. L'annonce des dons est publique et les montants distribués participent à l'honneur de la famille, créant ainsi une forme de supériorité sociale. Bourdieu démontre ainsi « qu'il y a un intérêt à agir de manière désintéressée ». En mettant en évidence l'imbrication qui existe entre intérêt et désintérêt, il confirme la pensée de Mauss (1923-1924) qui conclut « au caractère libre et cependant contraint » du don.

A ce stade, nous pouvons donc constater une première contradiction présente dans la définition du don : la notion de l'intérêt du don pour le donateur versus l'intérêt du don pour le récipiendaire. Voici donc qui apporte un éclairage différent aux premiers retours évoqués ci-avant, que nous avons rapprochés de la définition du dictionnaire, à savoir la conception généralisée de l'absence d'intérêt.

3.3. Marcel Mauss : son essai sur le don

Marcel Mauss poursuit des études de philosophie à Bordeaux sous la direction de Durkheim. Considéré comme le père de l'ethnographie française, son parcours sera riche et diversifié.

Comme le concède C. Lévi-Strauss (1968) dans son *Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss*,

L'influence de Mauss ne s'est pas limitée aux ethnographes dont aucun ne pourrait dire y avoir échappé mais aussi aux linguistes, psychologues, historiens des religions et orientalistes, si bien que, dans le domaine des sciences sociales et humaines, une pléiade de chercheurs français lui sont, à quelque titre, redevables de leur orientation.

Dans son *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Mauss (1924) travaille sur des études empiriques basées sur des comportements relevés dans des sociétés archaïques de Polynésie, Mélanésie ou Nord-Ouest américain. Ces quelques phrases, extraites de son introduction, résument bien, nous semble-t-il, son propos :

De tous ces thèmes très complexes et de cette multiplicité de choses sociales en mouvement, nous voulons ici ne considérer qu'un des traits, profond mais isolé : le caractère volontaire, pour ainsi dire, apparemment libre et gratuit, et cependant contraint et intéressé de ces prestations. Elles ont revêtu presque toujours la forme du présent, du cadeau offert généreusement même quand, dans ce geste qui accompagne la transaction, il n'y a que fiction, formalisme et mensonge social, et quand il y a, au fond, obligation et intérêt économique.

Mauss tend à démontrer que, dans toutes activités sociales, les échanges se font sous la forme de cadeaux, en théorie volontaires, en réalité obligatoirement faits et rendus.

Pour Mauss, l'économie naturelle, qui consisterait en un simple échange de biens, n'a jamais existé ; à l'inverse, on retrouve les prémices du contrat sous la forme de « prestations totales » simples pouvant aller jusqu'à agonistiques, concept connu sous le nom de « Potlatch ». Il s'agit d'une guerre par le don, d'une lutte pour le prestige dans laquelle on défie l'adversaire sur le terrain du don, la surenchère pouvant conduire à la destruction totale de l'un des adversaires.

Les sociétés étudiées n'échangent pas que des biens matériels ou utiles à la collectivité mais également des biens immatériels comme des politesses, des rites, des festins... qui ont le caractère contraint d'éviter les guerres : nous pouvons parler, dans ce cas, d'actes stratégiques. Mauss réfute ainsi le caractère volontaire et apparemment libre et gratuit des dons ou des échanges qu'il considère donc comme contraint et intéressé.

Selon M. Mauss, le don est une forme d'échange qui ne répond pas à la logique économique de l'équivalence de valeurs mais qui rentre dans une logique de réciprocité : il répond à un enchaînement d'obligations qu'il nomme la triple obligation découlant d'un don originel : l'obligation de (savoir) donner, l'obligation de (savoir) recevoir et l'obligation de (savoir) rendre.

La notion de « prestation totale » implique tout le clan qui contracte pour tous ; elle recouvre, bien sûr, le don échangé mais également l'obligation de le rendre, pour la sauvegarde de l'honneur du clan.

On retrouve aussi l'idée que la chose donnée à un esprit (le Hau) peut détruire le donataire s'il n'y a pas de contre-don (emprise de la magie et du religieux). Enfin, le don peut être fait aux hommes mais dans le but d'obtenir des dieux et ou de la nature des biens en retour : on « achète » aux dieux certains droits (cultiver, couper...) ou la paix avec les uns ou avec les autres. Par ces dons, c'est la hiérarchie qui s'établit. « Donner c'est manifester sa supériorité, [...] ; accepter sans rendre ou sans rendre plus, c'est se subordonner [...] ».

De ces travaux sur les peuples mélanésien et polynésien, Mauss conclut que tant dans la vie matérielle que morale, l'échange fonctionne sous une forme désintéressée et obligatoire en même temps, et s'exprime sous une forme symbolique et collective, communion et alliance restant relativement indissolubles. Pour Mauss, ce symbole de la vie sociale, c'est à dire la permanence d'influence des choses échangées, démontre la manière dont tous les groupes impliqués sont imbriqués les uns dans les autres et sentent qu'ils sont mutuellement redevables.

Nous reprenons encore des termes de la conclusion générale de Mauss qui tendent à démontrer que les hommes n'ont pas le choix : « deux groupes d'hommes qui se rencontrent ne peuvent que s'écarter ou bien traiter ».

Nous sommes ainsi face au deuxième antagonisme présent dans la définition du don : la forme volontaire, libre du don et son inverse, la notion d'obligation, de contrainte.

3.4. Du don selon Mauss au tiers paradigme de Caillé

Dans son *Anthropologie du Don*, Caillé (2007) reprend de Mauss le principe de la triple obligation de donner, recevoir et rendre. Il nous rappelle que la relation sociale ne trouve pas son fondement dans une logique de donnant-donnant, de marché ou de contrat mais au contraire dans une relation asymétrique, découlant d'un don originel.

Il nous confirme que c'est d'abord le lien social qu'il importe d'édifier. Par contre, si le lien social prime sur le bien, ce dernier conserve néanmoins son importance dans l'alliance qu'il permet de sceller.

Caillé, comme Mauss avant lui, met en évidence les paradoxes inhérents au don, entre intérêt personnel et désintéressement (ou intérêt à l'alliance, aux autres), entre liberté et obligation.

S'agissant du don, Caillé va au-delà des deux paradigmes usuels des courants sociologiques, à savoir le paradigme de l'action individuelle, défendu par Weber, qui tend à observer les faits sociaux par le prisme de l'*homo oeconomicus* (motifs, intérêts ...) d'une part, mais également le paradigme holistique proposé par Durkheim d'autre part : il nous propose une formulation spécifique du paradigme du don qu'il nomme le tiers paradigme. Nous pouvons le situer à l'intersection du paradigme de l'individualisme - expliquer la totalité sociale depuis le point de vue des individus- et celui du holisme - qui pose au contraire que l'action des individus ne fait qu'exprimer une totalité qui lui préexiste -. En d'autres termes, l'individualisme ramène tout à l'intérêt de l'individu (dont la notion de contrat, de marché) alors que le holisme ramène tout à l'obligation (de l'état par exemple, ou encore de la contrainte, de la dette, etc.) que subit l'individu soumis à l'emprise de la totalité sociale. Le don ne peut se résumer à choisir entre ces deux paradigmes qu'il ne nie pas pour autant. Le don serait alors un phénomène qui se positionne dans un ensemble d'interrelations et d'interdépendances, créateur du lien social.

Le pari sur lequel repose le paradigme du don est que le don constitue le moteur et le performateur par excellence des alliances. Ce qui les scelle, les symbolise, les

garantit et les rend vivantes. [...] C'est en donnant qu'on se déclare concrètement prêt à jouer le jeu de l'association et de l'alliance et qu'on sollicite la participation des autres à ce même jeu.

On peut y voir que Caillé, comme Mauss avant lui, ne considère pas le don comme « désintéressé » mais plutôt qu'il subordonne les intérêts matériels aux intérêts d'amitié et de plaisir.

Caillé (2007) nous propose cette définition sociologique du don :

Toute prestation de biens ou de services effectuée, sans garantie de retour, en vue de créer, entretenir ou régénérer le lien social. Dans la relation de don, le lien importe plus que le bien.

A l'instar de Mauss, il nous le présente comme un « phénomène social total », à savoir que même effectué par un individu, il concerne l'ensemble de la société et est, par là, d'essence symbolique.

Caillé nous propose également une triple approche du don , à savoir le don agonistique où l'on rivalise pour donner, le don partage où l'on donne sans rivaliser et le don moral, inspiré des religions.

Pour Caillé, c'est une erreur de penser que les recherches menées par Mauss sur les sociétés archaïques ne trouveraient plus d'échos dans nos sociétés modernes. Dans *L'esprit du don*, travail mené en collaboration avec Godbout (1992), ils rattachent les rapports sociaux à deux types de socialité : la socialité primaire qui se réfère plus à l'importance de la relation entre les personnes qu'à la fonction qu'elles exercent et la socialité secondaire ou les fonctions accomplies par les personnes importent plus que leur personnalité. Ils constatent que la triple obligation définie par Mauss (donner – recevoir – rendre) trouve toujours à s'appliquer. Dans *l'Anthropologie du Don*, Caillé (2007) conclut à l'émergence d'une socialité tertiaire ou socialité virtuelle et d'une forme inédite de don, le don aux étrangers qui ne contribue pas à la maintenance de relations interpersonnelles mais qui alimente des réseaux ouverts, potentiellement à l'infini, sur une société virtuelle mondialisée.

3.5. Une typologie du don

A ce stade de notre travail, nous pensons qu'aborder la notion de typologie du don pourra nous aider à structurer notre approche pratique ultérieure.

Nous avons pu appréhender précédemment qu'il existe différents types de don mais également une évolution dans les différentes compréhensions de ce qu'est le don. Nous faisons dès lors le choix délibéré de présenter les typologies développées par les différents auteurs étudiés sans en sélectionner une plus particulièrement.

Dans un premier temps, nous nous devons de positionner le don dans une typologie des échanges, sans toutefois y inclure tous les transferts possibles dont notamment ceux définis par Testart (2007) avec le transfert du 3^{ème} type (t3t) qui introduit la notion de l'exigibilité du don (ex : impôts) ou Darmangeat (2016) qui complète cette liste avec les notions d'échange obligatoire (ex : liquidation judiciaire), de transferts illégitimes (ex : escroquerie) ...

Nous reprendrons de Testart (2007) la typologie suivante en considérant que notre travail porte précisément sur le Don (*donare*).

« Donner »	
Don (<i>donare</i>)	Echange (<i>dare</i>)
Avec possibilité d'obligation mais sans possibilité d'exigibilité	Avec existence d'une contrepartie exigible

Table 1 - Testart - typologie du don

Posant le constat que l'homme produit plus que ce dont il a besoin, Comte se penche sur le mode de transmission des richesses ; la typologie qu'il définit et que nous rappelle Steiner (2016, p71) se présente comme suit :

Transmission	Altruiste	Egoïste
Violente	Héritage	Conquête
Pacifique	Don	Echange

Table 2 – Comte - Modes de transmission des richesses

Toujours dans une perspective de typologie des échanges, les travaux de Durkheim puis de Mauss, permettent de dresser le tableau suivant cité par Steiner (2016, p165) :

	Liens personnels	Liens organisationnels
Obligation juridique	Echange social	Echange marchand
Obligation morale	Don mécanique	Don organisationnel

Table 3 - Durkheim - Mauss - typologie des échanges

Une toute autre forme de typologie, centrée sur le profil des donateurs, qui nous intéresse pour appréhender notre sujet, a été réalisée pour l'Observatoire de la générosité et du mécénat de la Fondation de France par la SORGEM (2001). Nous n'en repreneons ci-dessous qu'un extrait qui pourra nous apporter un certain éclairage lors des interviews.

	Type de donateurs			
	Eprouvés par la vie	Militants	Epargnés	Généreux
Type de don	Surtout en nature	Argent, Bénévolat	Argent	Argent
Vécu personnel	« Galère », ont précédemment bénéficié de l'aide d'autrui	Situation assurée par un effort constant, conscience de vivre dans la complexité	Prospérité et stabilité ressenties comme un privilège...	Ressentent une responsabilité, une obligation de solidarité
Insertion dans l'ordre social	Palliatif aux carences de l'Etat, à l'injustice de la société et du monde	Révolte, ne pas être complice d'un système pernicieux et dangereux	La société civile en action	Solidarité, responsabilité
Projet de don	Restitution, Provision	Engagement, Contribution	Culpabilité, Réassurance	Solidarité, Partage, Responsabilité
Sentiments, Ressenti	Empathie	Engagement	Soulagement	Accomplissement

Table 4 - SORGEM pour la FdF - typologie des donateurs

Enfin, basé sur le principe de la triple socialité développée par Caillé, voici notre propre représentation des dons monétaires tels qu'ils impactent l'institution dans laquelle nous travaillons et l'objet de notre réflexion.

Perspectives	Lien social		
	Primaire	Secondaire	Tertiaire
Institutionnelles	Aides sociales	Subventions	/
Religieuses, spirituelles	Aumônes	Offrandes	Offrandes
Caritatif	Dons, philanthropie	Dons, philanthropie	Dons
Economiques	Pourboires	Libéralités	Libéralités
Culturelles	Mécénat	Mécénat	Mécénat
Patrimoniales	Testament	Legs	/

Table 5 - Wilmet - typologie des dons monétaires

Les typologies ainsi présentées nous aideront principalement durant la phase d'analyse des entretiens : elles nous permettront d'identifier, dans les éléments de langage, à quel « type » d'échange ou de donateur nous sommes confrontée. Nous pourrons mieux juger, à ce stade de notre travail, de la pertinence du choix d'une typologie particulière.

3.6. Premières conclusions et hypothèses de travail

Au terme de ce chapitre, nous souhaitons revenir sur notre cheminement de pensée.

Nous avons entamé nos recherches en partant du sens commun de la définition du don. Steiner (2016) nous a permis de structurer notre compréhension du don dans sa conceptualisation sociologique. L'essai de Mauss (1923-1924) pose clairement les jalons d'une définition du don qui, reprise et exploitée par Caillé (2007), va nous permettre d'appréhender concrètement l'objet de nos recherches.

A ce stade de notre travail, nous souhaitons mettre ici en évidence les éléments suivants qui vont à l'encontre de nos hypothèses initiales :

- le don n'est pas gratuit, dénué d'intérêt, même s'il ne s'agit pas, dans le cas présent, uniquement d'intérêts économiques ; de plus, l'intérêt est à appréhender tant du point de vue du donateur que du bénéficiaire dans une perspective de création ou de maintien de lien social établi par l'intervention de tiers;

- la forme volontaire et libre du don est également questionnable et opposable à la notion d'obligation.

La définition du don faite par Mauss (1923-1924) et complétée par Caillé (2007) ainsi que la conceptualisation des trois sphères de socialités établie par ce dernier serviront de fil conducteur à l'analyse que nous allons tenter de poser avec le support d'un questionnaire ainsi qu'au travers d'entretiens plus approfondis qui nous permettront d'illustrer notre propos.

En effet, nous avons pu réaliser que l'aspect qui nous interpellait, dans l'influence croissante des nouvelles technologies en lien avec le don, entrait pleinement dans la définition de la socialité tertiaire telle que développée par Caillé (2007).

Le recours au questionnaire nous permettra d'interroger plus avant la façon dont les donateurs s'inscrivent dans l'un ou l'autre type de socialité et de vérifier si le genre et l'âge des donateurs influencent cette réponse.

Les interviews de personnes qui auront lieu ensuite devraient permettre d'illustrer certains aspects théoriques développés ci-avant et également contribuer à enrichir certaines conclusions que nous pourrions tirer de l'analyse du questionnaire.

4. De la théorie aux résultats concrets

Nous avons choisi de recourir au questionnaire comme premier outil méthodologique aux fins d'explorer plus concrètement ce que les répondants font quand ils donnent. Nous allons notamment tenter d'approfondir les premières contradictions qui nous sont apparues dans la phase d'étude théorique de la définition du don.

Le choix de l'outil s'est porté sur la plateforme « Dragnsurvey » (<https://app.dragnsurvey.com/>)

DONNER, OUI ! MAIS ... QUOI, À QUI, COMMENT ?

Je termine un Master en horaire décalé en orientation « Sciences économiques, sociales, politiques et de communication ».

Comme évoqué par le titre, mon travail de fin d'études porte sur certains aspects du "don" : je vous remercie vivement de prendre 5 minutes (maximum) pour répondre à ces 10 questions pour le 18 juillet au plus tard !

Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse : il n'y a que des actes que nous posons, plus ou moins souvent, pour des raisons qui nous appartiennent.

Dans le cadre du RGPD, je garantis le respect de l'anonymat des réponses reçues et m'engage à n'utiliser les résultats que dans le cadre de mon travail de fin d'études.

4.1. Commentaires quant à la phase de construction du questionnaire

Le questionnaire tel qu'il sera détaillé dans cette section est repris en Annexe 1 (page 56).

Le principe de confidentialité et l'anonymisation des réponses ainsi que le respect des règles dites de RGPD « Règlement Général sur la Protection des Données » telles qu'énoncées au Moniteur Belge en date du 05 septembre 2018 y sont mentionnées.

Sur base de nos interrogations rapportées dans l'introduction et à l'éclairage de nos diverses lectures, le questionnaire a été établi de manière à nous permettre d'appréhender les points suivants :

- Par rapport à la notion de matérialité *versus* immatérialité du bien donné, que donne-t-on en premier lieu ?
- Comment la notion des trois sphères de socialité influence-t-elle notre don ?

- Dans quel type de socialité s’ancrent les répondants au regard de leur âge et de leur genre ?
- Par rapport aux deux premières questions, peut-on déceler une évolution en fonction de l’âge ou du genre du donateur ?
- Comment se situe le donateur dans la triple obligation définie par Mauss de « donner-recevoir-rendre » ? A-t-il conscience de se situer dans un acte qui crée, qui entretient ou qui régénère le lien social ?

Le sujet du « don », acte très personnel, voire primitif, est un sujet sensible qui touche au domaine de l’intime. Le fait d’établir un questionnaire court, simple et diversifié nous permet de ne pas apparaître comme trop intrusive et de maintenir les personnes en confiance.

Même si nos questions touchent à différents aspects du don, nous sommes consciente d’axer notre questionnement sur l’aspect financier du don, notamment par rapport aux autres types de dons ; nous pressentons que l’âge des répondants a une influence sur cet aspect spécifique du don, notamment par rapport à une forme d’aisance financière croissante avec l’âge; par contre, nous ignorons si le genre (répondant homme ou femme) joue un rôle dans ce type de don. (Questions 1, 2 & 3).

Le choix d’une échelle de réponses sur 6 gradations (de 0 à 5) oblige le répondant qui aurait tendance à vouloir donner une réponse neutre (centrale) à se positionner.

En proposant deux questions ouvertes (questions 4 & 12), nous donnons aux répondants la possibilité de s’exprimer : nous espérons ainsi augmenter leur motivation à répondre à la totalité des questions et nous nous offrons l’opportunité de récolter des éléments autres, non abordés et nourrir ainsi notre réflexion.

Partant de la problématique initiale de l’impact des nouvelles technologies, nous avons décelé que cette impression s’inscrivait pleinement dans l’émergence de ce que Caillé (2007) nomme la « socialité tertiaire ». Les questions 5, 6, 8 & 9 visent à nous permettre une meilleure compréhension du positionnement des répondants dans les trois types de socialité recensés que l’on peut également représenter par le domaine privé, le domaine public et le domaine virtuel mondialisé.

Comme pour les questions 1, 2 & 3, notre objectif, avec la question 7, est d’appréhender, par type de perspectives en lien avec le don, les différences, s’il y en a, selon l’âge et le sexe.

La question 10 vise à mettre à notre disposition un panel de personnes diversifiées en âge et en genre à qui nous pourrions proposer un entretien plus approfondi.

Reprenant le principe des différentes typologies dans lesquelles les donateurs peuvent s'inscrire, certaines questions peuvent conduire à plusieurs classifications. La phase d'entretiens nous permettra d'approfondir la perception de « donner-recevoir-rendre » et de mieux appréhender notre perception de la manière qu'ont les répondants de s'inscrire dans le tiers paradigme.

Une première conclusion sur le travail de mise en place du questionnaire est la difficulté de l'exercice. En effet, la tendance naturelle voudrait que des questions détaillées et précises soient posées mais l'outil et la technologie y afférente, à savoir un écran de *smartphone* dans la plupart des cas, ne permet que le recours à des phrases de type « télégraphique ».

4.2. Commentaires à la clôture du questionnaire

Le questionnaire a été mis en ligne *via Facebook* le 13 juillet 2020 et a également été envoyé par courriel à une quinzaine de nos contacts personnels avec la demande de bien vouloir le diffuser plus largement. Bien qu'annonçant le 18 juillet comme date limite, les réponses enregistrées ont été prises en compte jusqu'au 21 juillet 2020. Nous avons déterminé le nombre minimal requis à 100 réponses complètes afin de pouvoir entamer la phase d'analyse. Au jour de la clôture, le nombre de 431 répondants, avec un taux de complétion du questionnaire de 56 %, nous permet donc de considérer l'objectif quantitatif comme atteint.

La première surprise réside dans le temps moyen de durée de réponses qui est de 10 minutes 47 secondes alors que nous l'avions estimé à 5 minutes. Le commentaire fourni par un des répondants nous apporte peut-être la réponse : « J'ai apprécié ce questionnaire. Il permet de mettre en lumière des aspects de nos vies qui restent confus ou ignorés ». Nous pouvons alors envisager que ce questionnaire ait provoqué des interrogations nécessitant du temps de réflexion, ce qui n'avait pas été anticipé.

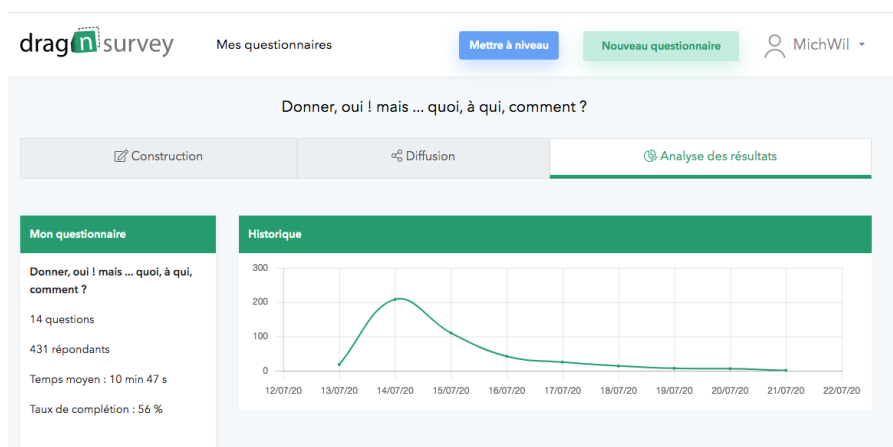


Figure 2 - Clôture du questionnaire - Nombre de répondants

Pour constituer l'échantillon de personnes qui ont répondu à cette enquête, nous avons fait le choix d'une diffusion aléatoire. Comme signalé précédemment, ce questionnaire a été principalement diffusé sur un réseau social, *Facebook*. Bien que posté en mode « public », si l'on considère qu'il est parti de notre profil (femme de 60 ans) et donc vers nos contacts privilégiés, sachant qu'il a ensuite été partagé par des personnes d'âge et d'horizons différents, nous devons, avant toute autre démarche, nous interroger sur la représentativité des participants. Le choix d'une diffusion sans échantillonnage ciblé préétabli ouvre la possibilité d'un panel restreint, disparate ou trop orienté de répondants.

A la clôture de la période de récolte des réponses (13 juillet 2020 – 21 juillet 2020), la première démarche a consisté à supprimer les répondants qui n'ont fourni aucune réponse autre que leur sexe et/ou leur âge (soit 35 répondants) et deux répondants qui n'ont pas mentionné leur âge. Nous obtenons alors le nombre de 394 répondants. Le plus jeune répondant est une femme de 17 ans (11 répondants de moins de 20 ans) et, le plus âgé, un homme de 83 ans (un seul répondant de plus de 80 ans).

D'emblée, nous constatons que la représentativité par sexe est biaisée : en effet, 79 hommes ont répondu pour 314 femmes et 1 autre ; ce qui donne un ratio de 20,05 % *versus* 79,70 % alors que la population belge se répartit de manière plus homogène, à savoir 50,8 % de femmes *versus* 49,2 % d'hommes.

	Hommes	Femmes	Autre	Total	Hommes	Femmes
Moins de 20 ans	2	9		11	18,18%	81,82%
De 20 à 29 ans	8	52		60	13,33%	86,67%
De 30 à 39 ans	7	45		52	13,46%	86,54%
De 40 à 49 ans	12	56		68	17,65%	82,35%
De 50 à 59 ans	13	64		77	16,88%	83,12%
De 60 à 69 ans	29	69	1	99	29,29%	69,70%
De 70 à 79 ans	7	19		26	26,92%	73,08%
Au-delà de 80 ans	1	0		1	100,00%	0,00%
	79	314	1	394	20,05%	79,70%

Table 6 - Répartition par âge et suivant le genre des répondants

Grille de lecture : sur 394 répondants retenus, les trois colonnes « Hommes » et « Femmes » et « Autre » situées à gauche du tableau reprennent le nombre de réponses reçues par genre et par tranche d'âge ; les deux colonnes de droite sont l'expression du pourcentage du genre « Hommes » par rapport au genre « Femmes » sans reprendre la catégorie « Autre »

Il est intéressant de s'interroger sur les raisons de cette sous-représentation masculine : dans un premier temps, nous avons considéré que notre réseau étant majoritairement féminin, le public touché l'était également. Par contre, sur base de cette explication, un phénomène similaire aurait dû se produire avec la représentation par tranche d'âge ; en effet, nous aurions dû alors toucher majoritairement des personnes âgées entre 50 et 60 ans, ce qui n'est pas le cas. Bien qu'interpellaient, cet aspect rentre difficilement dans le périmètre du présent travail, sauf à établir que répondre à un questionnaire de ce type entre dans la sphère d'un certain type de don auquel le genre masculin ne serait pas sensibilisé : nous ne nous risquons pas à émettre d'hypothèse que nous ne pourrions pas vérifier.

Nous resterons néanmoins vigilante aux réponses fournies lors des interviews qui pourraient apporter un éclairage sur ce point.

Par contre, en nous basant sur la totalité des répondants qui ont mentionné leur âge, nous obtenons une moyenne d'âge de 47,63 ans et une médiane à 50 ans, calculées sur une participation de 394 personnes.

Sachant que sur l'ensemble de la population en Belgique, l'âge moyen se positionne à 40,84 ans (Statbel) et l'âge médian à 41,5 ans (Wikipédia), nous nous autorisons à considérer que, basée sur une fourchette d'âge établie entre 17 et 83 ans, la représentation ici obtenue fait sens.

Comme mentionné ci-avant, le taux de complétion du questionnaire est de 56 % ; il nous est vite apparu que certains répondants n'avaient pas répondu complètement au questionnaire mais plutôt à une sélection de questions. La décision a été prise de considérer les répondants pris en compte question par question et de ne pas considérer une « non réponse » équivalente à un « 0 » pour jamais ou pas du tout. La conséquence de cette décision est que le nombre de répondants validés par question sera variable ; nous indiquerons, en regard de chaque question traitée, le nombre de répondants considérés.

4.3. Analyse du questionnaire

4.3.1. Part du monétaire dans l'ensemble des dons questionnés

Comme évoqué dans l'introduction, c'est l'impact du don monétaire dans l'équilibre budgétaire des ASBL qui est à l'origine de notre questionnement : même si nous aborderons d'autres aspects du don, nous axerons principalement notre analyse sur l'aspect monétaire des réponses reçues.

La question 3 « Vous êtes – un peu, parfois, souvent – donateur mais que donnez-vous ? » nous permet d’appréhender la distribution de ce que les répondants considèrent comme donner le plus, quand ils parlent de quantité, ou le plus souvent, quand la référence porte sur la fréquence. Pour mémoire, la consigne était de considérer le 0 pour pas du tout - ou jamais - en allant graduellement vers le 5 pour souvent - ou toujours

Les réponses à cette question peuvent être analysées par deux biais différents ; nous allons dans un premier temps considérer la distribution des répondants par item, genres et âges confondus, selon qu’ils se positionnent en 0, 1, 2, etc. Nous prendrons ensuite le biais de l’âge pour appréhender les variations.

Vous donnez - un peu, parfois, souvent ...	0	1	2	3	4	5	TOTAL
De l'argent	35	72	85	77	48	59	376
	9,31%	19,15%	22,61%	20,48%	12,77%	15,69%	100,00%
Des produits achetés expressément	88	95	70	48	33	22	356
	24,72%	26,69%	19,66%	13,48%	9,27%	6,18%	100,00%
Des biens de seconde main	57	40	39	83	67	75	361
	15,79%	11,08%	10,80%	22,99%	18,56%	20,78%	100,00%
Du temps (volontaire/association)	94	55	46	57	43	55	350
	26,86%	15,71%	13,14%	16,29%	12,29%	15,71%	100,00%
De l'expertise professionnelle/talents	118	63	42	51	44	22	340
	34,71%	18,53%	12,35%	15,00%	12,94%	6,47%	100,00%
Du sang, du plasma ...	216	35	24	20	15	21	331
	65,26%	10,57%	7,25%	6,04%	4,53%	6,34%	100,00%

Table 7 - Répartition par type de biens donnés et leur fréquence

Grille de lecture : les chiffres de la ligne supérieure représentent, le nombre de répondants qui se positionnent sur la fréquence d’un don spécifique (position de 0 pour pas du tout/jamais à 5 pour souvent/toujours) et les chiffres de la deuxième ligne expriment le pourcentage par rapport au nombre de répondants. Les répondants n’ont pas tous répondu à toutes les questions, ce qui explique que le total par item donné ne soit pas égal.

Une tendance claire se manifeste immédiatement :

- l’argent est le bien le plus fréquemment donné : il s’agit de l’item qui collecte le plus de répondants,
- moins de 10 % des répondants ne donnent jamais d’argent,
- ce sont les items qui « ne coûtent rien », et que nous désignerons sous le vocable de biens immatériels, qui sont le moins donnés : 26,86 % pour le temps, 34,71 % pour les talents et 65,26 % pour le sang, plasma... sont les pourcentages de répondants qui reconnaissent ne jamais faire de don dans ce domaine.

Considérant l'échelle de distribution choisie dans la construction de mon tableau (de 0 à 5), la distribution moyenne par niveau de fréquence s'établit à 16,67 % (100 % divisé par 6 positions) ; pour les trois premiers items, qui sont des biens matériels (argent, biens neufs ou de seconde main), on constate une distribution plutôt équilibrée : 3 positions se situent au dessus de cette moyenne de 16,67 % et 3 se situent en-dessous ; pour les trois derniers items qui concernent les biens immatériels, on constate que la balance est négative.

Nous pouvons aisément voir la part grandissante de la position « 0 » en bleu clair dans la figure ci-dessous. Si nous avons pris le parti d'inclure les non-réponses dans cette position « 0 », cette tendance aurait encore été plus marquée.

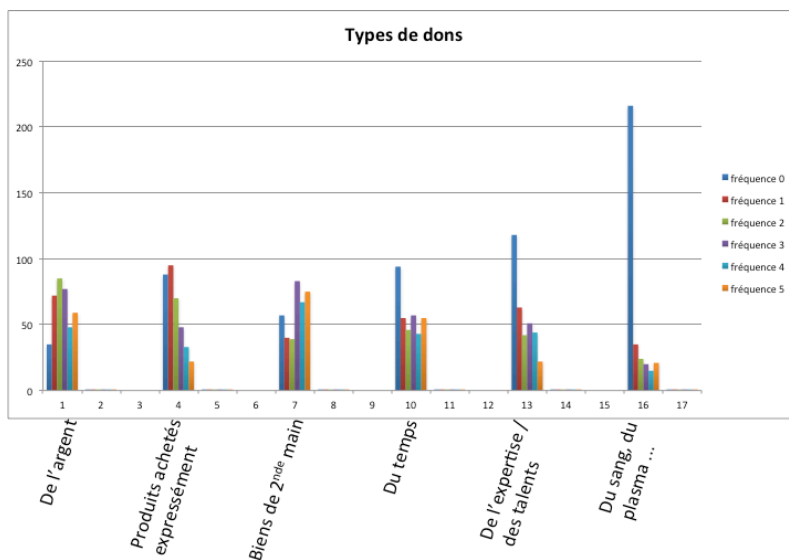


Figure 3 - Répartition par type de biens donnés et leur fréquence

Ce constat nous semble contradictoire au regard des informations complémentaires reçues par le biais de la question ouverte n° 4 « Voyez-vous un type de don qui n'apparaît pas dans la liste ci-dessus ? ». Cette question a récolté 68 réponses (reprises en Annexe 2 page 61) dont la plupart concernent des sous-groupes de ce qui était déjà proposé : par exemple, les répondants ajoutent le don d'organes (mentionné 7 fois), de cheveux (mentionné 2 fois) ce qui, de notre point de vue rejoint la catégorie « physiologiques » du don de sang ou de plasma.

Dans les propositions récoltées qui viennent enrichir les propositions initiales, nous trouvons deux nouveaux items qui sont d'une part le travail et d'autre part, la bienveillance, cette dernière englobant de notre point de vue la notion de disponibilité, d'affection, d'écoute, de soutien moral...

En répartissant ces 68 commentaires selon qu'ils concernent des biens matériels ou immatériels, et considérant que certaines réponses sont équivoques et peuvent ainsi se rattacher aux deux catégories, nous obtenons 31 propositions de dons de biens matériels (41,9 %) et 43 propositions de dons immatériels (58,1 %).

Nous tenterons d'apporter un éclairage sur cette contradiction par le biais des entretiens : comment appréhender la part entre la réalité de ce que le donneur fait en priorité (donner de l'argent) et ce qu'il voudrait faire (donner de lui-même), soit « s'engager, être dans le lien ».

En modifiant la présentation des résultats de la question 3, c'est-à-dire en privilégiant l'axe de l'âge confronté à la fréquence moyenne par type de don, nous obtenons le tableau ci-dessous qui exprime, par tranche d'âge et par item, le poids de la fréquence de l'acte de don qui, pour mémoire, doit se situer entre 0 et 5 :

		Argent	Produits achetés expressément	Biens seconde main	Temps	Expertise / talents	Sang, plasma ...
-De 20	11 personnes	1,0	1,1	2,1	0,5	0,8	0,7
20 ans & +	60 personnes	2,4	1,6	2,2	1,9	1,2	1,1
30 ans & +	52 personnes	2,3	1,7	2,6	1,6	1,5	0,8
40 ans & +	67 personnes	2,3	1,5	3,0	2,1	1,9	0,9
50 ans & +	77 personnes	2,6	1,7	3,0	2,2	1,8	1,0
60 ans & +	98 personnes	2,5	1,7	2,2	2,1	1,3	0,6
70 ans & +	26 personnes	3,2	0,9	2,4	1,8	1,2	0,0
80 & +	1 personne	4	0	0	1	0	0
total de 392 répondants dont 1 répondant de sexe "autre"		2,5	1,3	2,2	1,6	1,2	0,6

Table 8 - Age versus fréquence moyenne par type de don

Grille de lecture : sur 392 répondants, les chiffres représentent, par tranche d'âge, le poids moyen calculé pour chaque type de biens donnés.

Sans surprise, ce tableau nous confirme la prédominance du don monétaire suivi du don des biens pour un usage de seconde main.

Sur une échelle de fréquence de 0 à 5, soit 6 positions, on peut considérer la médiane de la fréquence à 2,5. C'est le résultat que l'on retrouve sur l'ensemble des répondants pour le don de type monétaire. Dans cette catégorie de don, et uniquement dans cette dernière, on peut constater une tendance à la croissance dans l'indice de fréquence en lien avec l'âge.

Pour toutes les catégories de dons autres que monétaires, représentées dans le graphique ci-dessous par une courbe de tendance assez similaire, le constat est à la diminution du taux de fréquence qui s’amorce avec la tranche d’âge des 50 ans et plus.

Ici encore, le paradoxe du souhait exprimé, à savoir d’être plus dans le don immatériel mais de ne pas le réaliser, se manifeste : on constate une diminution sensible du don de temps et de compétence au-delà de 60 ans, alors que cette tranche d’âge correspond à l’âge où l’on a, *a priori*, le plus de temps disponible.

Par contre, on constate que la courbe des dons monétaires continue de croître. Lors des entretiens, nous tenterons d’explorer les motivations qui conduisent à cet accroissement constant.

Une hypothèse que nous formulons est que la transmission patrimoniale participe à cette courbe haussière.

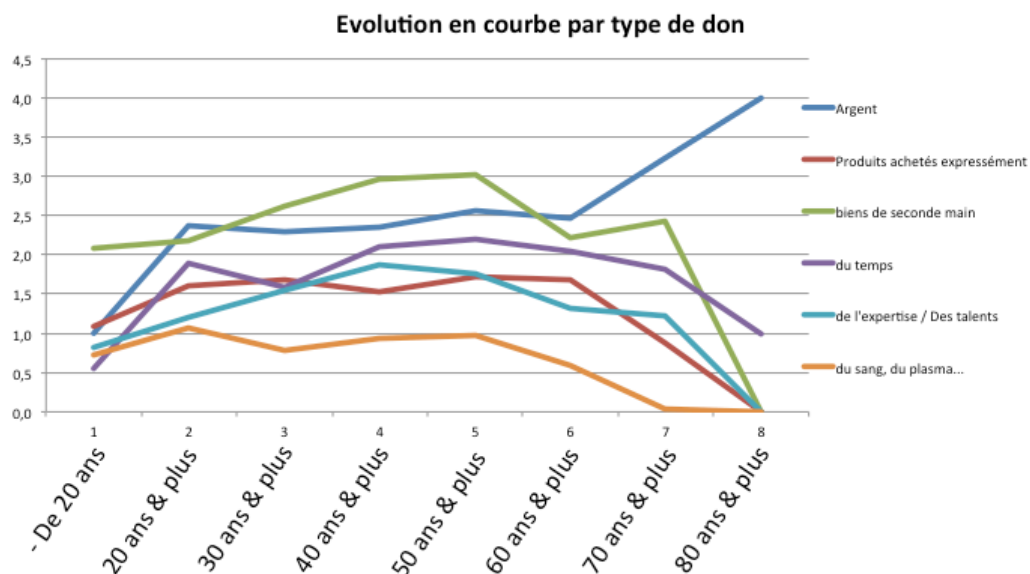


Figure 4 - Courbe d'évolution par type de don

En différenciant les répondants par genre, nous obtenons les résultats suivants :

Répondants "Femmes"		Argent	Produits achetés expressément	Biens seconde main	Temps	Expertise / talents	Sang, plasma ...
-De 20	9 personnes	0,8	1,3	2,4	0,7	1,0	0,8
20 ans & +	52 personnes	2,3	1,5	2,2	1,8	1,1	0,9
30 ans & +	45 personnes	2,3	1,5	2,2	1,8	1,1	0,9
40 ans & +	55 personnes	2,4	1,3	2,6	1,6	1,6	0,7
50 ans & +	64 personnes	2,6	1,8	3,3	2,1	1,7	1,1
60 ans & +	68 personnes	2,5	2,0	2,4	1,9	1,1	0,7
70 ans & +	19 personnes	3,2	1,0	2,8	2,1	1,2	0,1
80 & +	0 personnes	-	-	-	-	-	-
total de 312 répondants		2,3	1,5	2,6	1,7	1,3	0,7

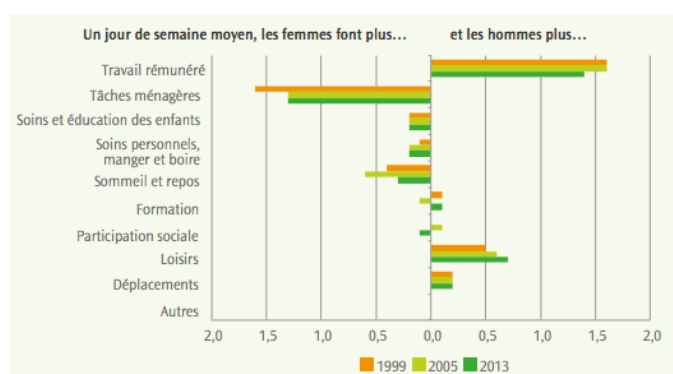
Répondants "Hommes"		Argent	Produits achetés expressément	Biens seconde main	Temps	Expertise / talents	Sang, plasma ...
-De 20	2 personnes	2,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,5
20 ans & +	8 personnes	2,8	2,0	1,9	2,8	1,6	2,3
30 ans & +	7 personnes	1,6	2,0	1,9	1,7	2,6	0,0
40 ans & +	12 personnes	2,2	1,2	2,1	2,3	2,4	1,1
50 ans & +	13 personnes	2,2	1,2	1,8	2,8	1,9	0,5
60 ans & +	29 personnes	2,6	1,0	1,8	2,3	1,8	0,3
70 ans & +	7 personnes	3,3	0,6	1,4	1,1	1,3	0,0
80 & +	1 personne	4	0	0	1	0	0
total de 79 répondants		2,6	1,0	1,4	1,8	1,4	0,6

Table 9 - Répartition par genre des fréquences et types de don

Grille de lecture : les chiffres représentent, par tranche d'âge et par genre, le poids moyen attribué à chaque type de biens donnés.

Deux différences significatives dans les résultats interpellent de prime abord : il s'agit des dons liés aux biens de seconde main (fréquence 2,6/F *versus* 1,4/H) et ceux de produits achetés expressément (fréquence 1,5/F *versus* 1/H) où la fréquence est supérieure chez les femmes et, à l'inverse, le don de temps (fréquence 1,7/F *versus* 1,8/H) et d'expertise (fréquence 1,3/F *versus* 1,4/H) où la fréquence s'inverse. Une explication est peut-être à trouver dans l'analyse de l'occupation quotidienne des hommes et des femmes.

Le graphique suivant, extrait de l'enquête « Genre et emploi du temps » menée par l'Institut



pour l'Egalité des Femmes et des Hommes vient confirmer cette disparité dans les occupations selon que l'on est un homme ou une femme.

Figure 5 - Genre et emploi du temps

Dans la mesure où nous nous attachons

principalement au don monétaire, nous n'envisageons pas d'approfondir ce point mais resterons attentive aux éléments de discours qui pourraient contribuer à renforcer cette explication.

En comparant les réponses liées au don d'argent, nous obtenons la représentation suivante :

	Femmes		Hommes	
	Nombre de répondants	Fréquence moyenne	Nombre de répondants	Fréquence moyenne
-De 20	9	0,8	2	2,0
20 ans & +	52	2,3	8	2,8
30 ans & +	45	2,3	7	1,6
40 ans & +	55	2,4	12	2,2
50 ans & +	64	2,6	13	2,2
60 ans & +	68	2,5	29	2,6
70 ans & +	19	3,2	7	3,3
80 & +	0	-	1	4
		2,3		2,6

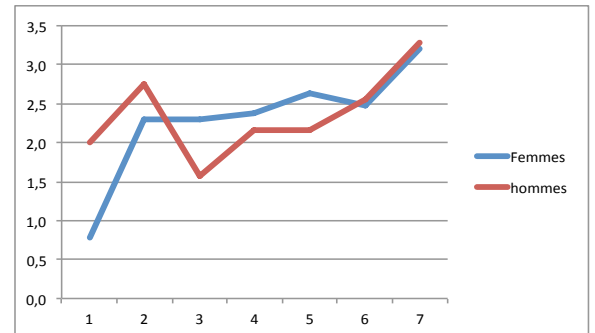


Table 10 - Don d'argent - fréquences réparties par genre et par âge

Grille de lecture : les chiffres représentent, par genre (312 femmes et 79 hommes) et par tranche d'âge, le poids moyen attribué à la fréquence du don en argent.

La fréquence moyenne chez les hommes apparaît comme légèrement supérieure à celle des femmes. Par contre, si nous faisons abstraction de la seule réponse « Hommes » associée à la tranche d'âge des {80 & +}, nous obtenons 2,35 *versus* 2,30 ce qui représente une fréquence moyenne quasi similaire. Durant les interviews, nous porterons une attention particulière à tous les éléments de réponses qui touchent au don monétaire.

4.3.2. A qui donne-t-on ?

Par le biais de cette question, nous souhaitons aborder les trois sphères de socialité telles que développées au point 3.4 (page 13). Nous considérons en effet :

- les ASBL locales et la mendicité de rue comme touchant à la **socialité primaire** (ou privée) dans la mesure où un contact réel, personnel, peut être établi,
- les grandes ONG (*Croix-rouge, WWF, MSF...*) et les campagnes d'appel aux dons (*Cap48, Viva for Life...*) comme touchant à la **socialité secondaire** (ou institutionnelle),
- et enfin les plateformes de type *crowdfunding* à la **socialité tertiaire** (ou virtuelle).

Le nombre de répondants à cette question s'établit de la manière suivante : après suppression des répondants qui se sont abstenus de toute réponse, un total de 358 répondants peut être pris en compte, dont 75 hommes et 283 femmes.

A qui donnez-vous ?	0	1	2	3	4	5	TOTAL
ASBL Locales	64	49	40	52	51	74	330
	19,39%	14,85%	12,12%	15,76%	15,45%	22,42%	100,00%
Grandes Institutions / ONG	82	50	36	54	46	48	316
	25,95%	15,82%	11,39%	17,09%	14,56%	15,19%	100,00%
Mendicité de rue	48	73	66	57	57	34	335
	14,33%	21,79%	19,70%	17,01%	17,01%	10,15%	100,00%
Campagne d'appel aux dons (cap48, Viva for	109	56	58	48	31	12	314
	34,71%	17,83%	18,47%	15,29%	9,87%	3,82%	100,00%
Plateformes de type crowdfunding	191	56	25	15	11	7	305
	62,62%	18,36%	8,20%	4,92%	3,61%	2,30%	100,00%

Table 11 - A qui donnez-vous ? Répartition par type de bénéficiaires

Grille de lecture : les chiffres de la ligne supérieure représentent le nombre de répondants qui se positionnent sur la fréquence d'un don à un type spécifique de destinataire et les chiffres de la deuxième ligne expriment le pourcentage par rapport au nombre total de répondants.

D'emblée on constate que les deux éléments que nous considérons au titre de la socialité primaire obtiennent le plus de répondants (335 pour la mendicité et 330 pour les ASBL locales) suivi par les deux points représentant la socialité secondaire (316 pour les ONG et 314 pour les campagnes d'appel aux dons) et enfin 305 répondants pour les plateformes de type *crowdfunding* associée à la notion de socialité tertiaire.

Cette représentation graphique met en évidence l'importance du nombre de répondants qui

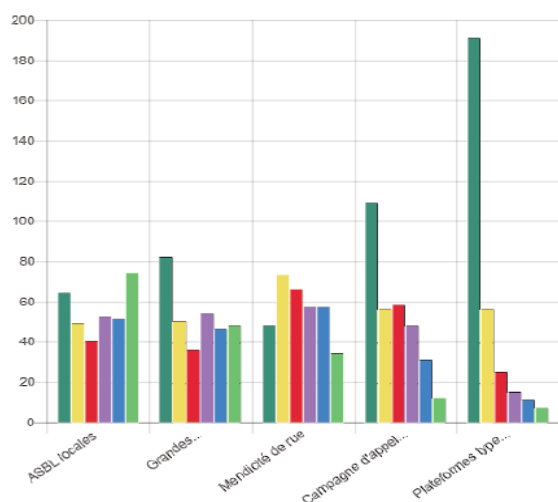


Figure 7 - A qui donnez-vous ?

mentionnent ne jamais/ne rien donner aux :

- ONG/Grandes institutions,
- Campagnes de dons,
- Plateformes type *crowdfunding*.

En classant les réponses selon les trois catégories précitées de type de socialité, on obtient les résultats suivants (voir *Table 12* ci-dessous) :

- 339 répondants sur 358, soit 94,69 %, donnent au cercle de socialité primaire ;
- 269 répondants sur 358, soit 75,14 %, contribuent aux cercles de socialité primaire et secondaire ;
- 114 répondants sur 358, soit 31,84 %, participent aux trois cercles de socialité.

Les 19 sujets restants, soit 5 % de l'ensemble des répondants, se démarquent du modèle général qui montre que les donateurs donnent, en premier chef, au cercle primaire, puis au cercle secondaire et enfin au cercle tertiaire ; ce groupe se distribue comme suit :

- 13 répondants donnent exclusivement au cercle secondaire (ONG & campagnes institutionnelles) et 2 répondants excluent le cercle primaire et ne donnent qu'au cercle secondaire et au cercle tertiaire ;
- 4 répondants expriment le fait de ne donner à aucun des cercles.

Enfin, 14 répondants des 339 excluent totalement le cercle secondaire et donnent au cercle primaire et au cercle tertiaire.

A ce stade, nous souhaitons faire part de notre surprise quant au nombre de répondants qui confirment donner aux plateformes de type *crowdfunding* : le pourcentage obtenu, 31,84 % des répondants, soit quasi un tiers de mon échantillon, confirme de notre point de vue l'importance occupée par cette socialité tertiaire. Nous ne disposons pas dans notre questionnaire d'éléments qui nous permettraient de dégager une évolution temporelle de cette tendance, point qui serait une base de travail intéressante à explorer.

Une classification des réponses par genre apporte un éclairage qui nous interpelle également. En effet, bien qu'il y ait une grande disparité dans le nombre de répondants féminins et

	Type de socialité		
	Primaire	Secondaire	Tertiaire
TOTAL	339 94,69%	269 75,14%	114 31,84%
Femmes	268 94,70%	213 75,27%	97 34,28%
Hommes	71 94,67%	56 74,67%	17 22,67%

masculins, la distribution entre le secteur de socialité primaire et secondaire reste alignée entre les deux genres, ce qui tendrait à montrer un comportement similaire. Par contre, le positionnement par rapport à la socialité qualifiée de tertiaire montre une nette différence entre le comportement féminin et masculin.

Table 12 - A qui donnez-vous ? Type de socialité

Cette différence bouscule nos préjugés : en effet, et de façon totalement subjective, nous pensions les femmes plus timorées dans ce type d'usage de l'Internet. Nous chercherons, lors des interviews, à déceler des éléments qui permettraient d'apporter un éclairage sur ce point.

Le classement des réponses en fonction du genre et de l'âge (*Table 13*), nous conforte dans cette analyse. Néanmoins, le plus faible nombre de répondants « hommes » nous incite à la prudence pour prendre position.

	FEMMES	Type de socialité			HOMMES	Type de socialité		
		Primaire	Secondaire	Tertiaire		Primaire	Secondaire	Tertiaire
De moins de 20 ans	5 répondantes	5	2	1	2 répondants	2	0	0
		100,00%	40,00%	20,00%		100,00%	0,00%	0,00%
Entre 20 et 29 ans	44 répondantes	41	34	12	9 répondants	7	5	2
		93,18%	77,27%	27,27%		77,78%	55,56%	22,22%
Entre 30 et 39 ans	39 répondantes	37	28	12	7 répondants	7	4	3
		94,87%	71,79%	30,77%		100,00%	57,14%	42,86%
Entre 40 et 49 ans	52 répondantes	52	39	24	11 répondants	11	9	5
		100,00%	75,00%	46,15%		100,00%	81,82%	45,45%
Entre 50 et 59 ans	61 répondantes	56	46	26	12 répondants	12	9	2
		91,80%	75,41%	42,62%		100,00%	75,00%	16,67%
Entre 60 et 69 ans	64 répondantes	60	49	18	29 répondants	27	22	5
		93,75%	76,56%	28,13%		93,10%	75,86%	17,24%
Entre 70 et 79 ans	18 répondantes	17	15	4	6 répondants	4	6	0
		94,44%	83,33%	22,22%		66,67%	100,00%	0,00%
De plus de 80 ans	0 répondante	0	0	0	1 répondant	1	1	0
						100,00%	100,00%	0,00%

Table 13 - A qui donnez-vous ? Type de socialité par genre et par âge

Grille de lecture : les chiffres de la ligne supérieure représentent, par genre (Femmes dans la partie gauche et Hommes dans la partie droite du tableau) et par tranche d'âge, le nombre de répondants reclassés par type de socialité et les chiffres de la deuxième ligne expriment le pourcentage par rapport au nombre de répondants.

4.3.3. Influence des médias ou des réseaux sociaux

De notre point de vue, la première partie de la question, qui touche à la capacité de donner pour des causes que l'on ne connaît pas, sous l'influence d'un réseau virtuel, inscrit pleinement le donateur dans un don de type « socialité tertiaire ». La seconde partie questionne l'intention préalable de procéder à un don : elle contribuera à infirmer ou confirmer la notion d'impulsivité du donateur, point qui sera plus largement abordé dans la question suivante (section 3.1.4).

L'action des médias ou des réseaux sociaux vous pousse à donner pour des causes	Hommes	Femmes	Total
	74 répondants	261 répondants	334 répondants
Inconnues de vous	24	109	133
	32,88%	41,76%	39,70%
Sans intention préalable de donner	36	131	167
	49,32%	50,19%	49,85%

Table 14 - Action des médias ou des réseaux sociaux

Grille de lecture : les chiffres de la ligne supérieure représentent, par genre, le nombre de répondants qui se reconnaissent dans une pratique de don « aux inconnus et sans intention préalable » ; les chiffres de la deuxième ligne expriment, par item, le pourcentage par rapport au nombre total de répondants.

Le pourcentage de réponses positives à la première partie de la question, soit 39,70 %, confirme et accentue le pourcentage de 31,84 % tel qu'obtenu à la table 12 (page 31) portant sur le type de socialité. Nous avons donc un tiers des personnes qui font un don, qui nous confirme pouvoir le faire à des inconnus au sens de la socialité tertiaire.

Cependant, une différence significative est à noter entre le comportement des hommes et des femmes, qui met à nouveau en lumière la plus grande réserve des hommes, comparée à la pratique féminine.

A la seconde partie de la question qui touche à l'existence – ou pas – d'intention préalable de donner, les réponses sont exprimées de manière similaire selon le genre.

En affinant l'analyse des données par genre et par âge, on peut confirmer la différence de comportement Hommes-Femmes mais également remarquer que la pratique de ce type de don va en s'accroissant dans les tranches d'âge. Ce constat contredit totalement nos préjugés initiaux : nous pensions que l'influence des médias serait d'autant plus forte que la tranche d'âge est basse. Peut-on imaginer que l'éducation aux médias que reçoivent désormais les plus jeunes les incite à plus de réserve ? Ici encore, une piste de travail à approfondir se dessine.

L'action des médias ou des réseaux sociaux vous pousse à donner pour des causes inconnues						
	TOTAL (314 répondants valides)		Hommes		Femmes	
	Nombre de répondants	Réponses positives	Nombre de répondants	Réponses positives	Nombre de répondants	Réponses positives
De moins de 20 ans	3	0 0%	2	0 0%	1	0 0%
Entre 20 et 29 ans	46	14 30%	7	2 29%	39	12 31%
Entre 30 et 39 ans	42	26 62%	5	2 40%	37	24 65%
Entre 40 et 49 ans	58	28 48%	11	5 45%	47	23 49%
Entre 50 et 59 ans	62	29 47%	11	3 27%	51	26 51%
Entre 60 et 69 ans	81	31 38%	27	12 44%	54	19 35%
Entre 70 et 79 ans	22	5 23%	5	0 0%	17	5 29%

Table 15 - Action des médias et causes inconnues - par genre et par tranche d'âge

Grille de lecture : classés par genre et par tranche d'âge, les chiffres présentent le nombre de répondants qui se reconnaissent dans une pratique de don « aux inconnus » ; les chiffres de la deuxième ligne expriment, par item, le pourcentage par rapport au nombre total de répondants.

Si l'on a pu constater, à la seconde partie de la question qui touche à l'existence – ou pas – d'intention préalable de donner, que les pourcentages totaux s'exprimaient de manière similaire selon le genre, nous pouvons néanmoins relever des différences selon les tranches d'âge.

Comme l'indique le tableau ci-dessous, les différences sont significatives pour les tranches d'âge 30-39 ans puis 50-59 ans. Par contre, les tendances sont légèrement inverses dans les tranches 40-49 ans et 60-69 ans. L'image qui se dégage du tableau ci-dessous va dans le sens d'une plus grande impulsivité chez les femmes mais il convient de rester prudent dans l'extrapolation de ces résultats qui s'inversent selon les certaines tranches d'âge.

L'action des médias ou des réseaux sociaux vous pousse à donner sans intention préalable de le faire						
	TOTAL (320 répondants valides)		Hommes		Femmes	
	Nombre de répondants	Réponses positives	Nombre de répondants	Réponses positives	Nombre de répondants	Réponses positives
De moins de 20 ans	3	1 33%	2	1 50%	1	0 0%
Entre 20 et 29 ans	46	18 39%	7	2 29%	39	16 41%
Entre 30 et 39 ans	42	28 67%	6	3 50%	36	25 69%
Entre 40 et 49 ans	59	31 53%	11	6 55%	48	25 52%
Entre 50 et 59 ans	64	35 55%	12	6 50%	52	29 56%
Entre 60 et 69 ans	82	42 51%	28	15 54%	54	27 50%
Entre 70 et 79 ans	24	12 50%	6	3 50%	18	9 50%

Table 16 - Action des médias et intentions préalables - par genre et par tranche d'âge

Grille de lecture : classés par genre et par tranche d'âge, les chiffres présentent le nombre de répondants qui se reconnaissent dans une pratique de don « sans intention préalable de le faire » ; les chiffres de la deuxième ligne expriment, par item, le pourcentage par rapport au nombre total de répondants.

En présentant, dans la Table 17 ci-dessous, les réponses par taux de fréquence, soit de 0 à 5, selon le genre et en affichant les totaux cumulés pour les trois premières positions puis les trois suivantes, nous voyons à nouveau apparaître quelques différences de réponses selon le genre principalement pour la première question : les hommes qui répondent positivement à la question le font avec un taux de fréquence un peu moindre que les femmes.

Ce biais de présentation confirme également la plus grande réserve des hommes face à l'action des médias ou des réseaux sociaux quant aux dons à des causes inconnues, tendance qui tendrait à confirmer l'importance du poids de la réflexion.

L'action des médias ou des réseaux sociaux vous pousse à donner pour des causes		0	1	2	Cumul positions 0 - 1 - 2	3	4	5	Cumul positions 3 - 4 - 5	Ne répondent pas
Inconnues de vous	Hommes	44	12	6	62	5	0	1	6	5
		60%	16%	8%	85%	7%	0%	1%	8%	7%
	Femmes	135	32	24	191	33	13	8	54	16
		52%	12%	9%	73%	13%	5%	3%	21%	6%
Total	179	44	30	253	38	13	9	60	21	
	54%	13%	9%	76%	11%	4%	3%	18%	6%	
Sans intention préalable	Hommes	36	11	8	55	11	5	1	17	1
		49%	15%	11%	75%	15%	7%	1%	23%	1%
	Femmes	117	32	32	181	34	20	13	67	13
		45%	12%	12%	69%	13%	8%	5%	26%	5%
Total	153	43	40	236	45	25	14	84	14	
	46%	13%	12%	71%	13%	7%	4%	25%	4%	

Table 17 - Action des médias et taux de fréquence par genre

Grille de lecture : les chiffres de la ligne supérieure représentent, par genre, le nombre de répondants qui se positionnent sur la fréquence du don (position de 0 pour pas du tout/jamais à 5 pour souvent/toujours) et les chiffres de la deuxième ligne expriment le pourcentage par rapport au nombre de répondants.

4.3.4. Actes à l'origine du don

Nous avons vu que les dons peuvent s'inscrire dans différentes perspectives. Par le biais de cette question, nous tentons d'appréhender les différents facteurs de motivation à l'origine de l'acte de don. Pour cette question, nous pouvons valider un total de 329 réponses, composé de 72 hommes et 257 femmes.

Bien qu'il ne s'agisse pas des seules différences, le premier tableau ci-dessous met d'emblée en évidence deux résultats différenciés dans les réponses fournies, selon qu'elles le soient par les hommes ou les femmes : il s'agit du don par sentiment d'obligation d'une part et du don qui s'inscrit dans la gestion patrimoniale d'autre part.

L'importance de l'impulsivité telle qu'elle se manifeste dans le tableau ci-dessous va dans le même sens que les réponses reçues à la question 6.2, à savoir l'influence des réseaux sociaux sur un don sans intention préalable.

Combien de répondants donnent par		Réflexion	Impulsion	Habitude	Obligation	Superstition	Famille	Religion	Patrimoine	Fiscalité
Hommes	72 répondants	52	47	36	16	3	40	15	18	24
		72%	65%	50%	22%	4%	56%	21%	25%	33%
Femmes	257 répondants	185	193	153	28	16	151	62	26	71
		72%	75%	60%	11%	6%	59%	24%	10%	28%

Table 18 – Déclencheurs à l'origine d'un don

Grille de lecture : les chiffres de la ligne supérieure représentent, par genre, le nombre de répondants qui identifient le poste comme déclencheur possible des dons effectués et les chiffres de la deuxième ligne expriment le pourcentage par rapport au nombre de répondants.

Quand on reprend l'indice de fréquence (de 0 à 5) donné à chaque réponse, on obtient le tableau suivant qui confirme, suivant le genre, le poids différent du don par obligation et du don dans le cadre de la gestion patrimoniale. Il permet également de visualiser le poids plus conséquent de l'éducation religieuse et familiale pour les femmes.

poids donné (entre 0 & 5)		Réflexion	Impulsion	Habitude	Obligation	Superstition	Famille	Religion	Patrimoine	Fiscalité
Hommes	72 répondants	151	133	102	30	4	107	31	36	63
		2,10	1,85	1,42	0,42	0,06	1,49	0,43	0,50	0,88
Femmes	257 répondants	559	560	459	48	24	406	146	67	162
		2,18	2,18	1,79	0,19	0,09	1,58	0,57	0,26	0,63

Table 19 - Par genre - Poids des déclencheurs à l'origine d'un don

Grille de lecture : les chiffres de la ligne supérieure représentent, par genre, le poids attribué à chaque poste identifié comme moteur possible des dons effectués et les chiffres de la deuxième ligne expriment le poids moyen par rapport au nombre de répondants.

En détaillant le nombre de réponses par tranche d'âge, on obtient le tableau suivant :

Sur un total de 329 répondants dont 72 hommes et 257 femmes										
nombre de répondants		Réflexion	Impulsion	Habitude	Obligation	Superstition	Famille	Religion	Patrimoine	Fiscalité
De moins de 20 ans	Hommes	1	0 0%	1 100%	0 0%	1 100%	0 0%	1 100%	1 100%	0 0%
	Femmes	0								
Entre 20 et 29 ans	Hommes	7	6 86%	6 86%	3 43%	4 57%	0 0%	4 57%	2 29%	1 14%
	Femmes	38	30 79%	31 82%	25 66%	7 18%	2 5%	28 74%	9 24%	2 5%
Entre 30 et 39 ans	Hommes	6	2 33%	5 83%	2 33%	1 17%	0 0%	3 50%	1 17%	0 0%
	Femmes	33	24 73%	28 85%	25 76%	5 15%	7 21%	21 64%	11 33%	0 0%
Entre 40 et 49 ans	Hommes	11	6 55%	10 91%	6 55%	3 27%	2 18%	6 55%	2 18%	3 27%
	Femmes	49	30 61%	39 80%	29 59%	6 12%	2 4%	27 55%	12 24%	5 10%
Entre 50 et 59 ans	Hommes	12	9 75%	7 58%	8 67%	0 0%	1 8%	6 50%	3 25%	3 25%
	Femmes	57	46 81%	43 75%	29 51%	3 5%	4 7%	33 58%	14 25%	5 9%
Entre 60 et 69 ans	Hommes	29	24 83%	17 59%	14 48%	6 21%	0 0%	17 59%	3 10%	9 31%
	Femmes	61	42 69%	41 67%	33 54%	4 7%	1 2%	34 56%	13 21%	8 13%
Entre 70 et 79 ans	Hommes	5	5 100%	1 20%	2 40%	0 0%	0 0%	2 40%	2 40%	1 20%
	Femmes	19	13 68%	11 58%	12 63%	3 16%	0 0%	8 42%	3 16%	6 32%
De plus de 80 ans	Hommes	1	0 0%	0 0%	1 100%	1 100%	0 0%	1 100%	1 100%	1 100%
	Femmes	0								

Table 20 - Par genre et par tranche d'âge - Déclencheurs d'un don -

Grille de lecture : les chiffres de la ligne supérieure représentent, par genre et par tranche d'âge, le nombre de répondants qui identifient le poste comme déclencheur possible des dons effectués et les chiffres de la deuxième ligne expriment le pourcentage par rapport au nombre de répondants.

Pour certains résultats, il convient de rester prudent : nous ne pensons pas judicieux de les considérer sans autre vérification. Par exemple, dans la tranche d'âge 30-39 ans, les réponses fournies par les deux hommes et les vingt-quatre femmes portant sur le recours à la réflexion nous semblent incohérentes avec les réponses des autres tranches d'âge et la moyenne générale.

Ce tableau permet, par contre, d'affiner des tendances en rapport avec le genre et l'âge :

- Les dons, qu'ils soient effectués après réflexion, acte impulsif ou par habitude, touchent toutes les tranches d'âge et les deux genres.

- Comme signalé dans la présentation du tableau précédent, le don par obligation occupe une place plus importante pour les hommes que pour les femmes avec néanmoins deux tranches d'âge dont il est curieusement absent.
- La superstition comme moteur au don est très peu validée quels que soient l'âge et le genre.
- L'éducation familiale ainsi que religieuse, même si elles n'interviennent que dans une moindre mesure, se manifestent dans toutes les tranches d'âge et pour les deux genres.
- La gestion patrimoniale, ainsi que l'avantage fiscal associé à un don, montent en puissance avec les tranches d'âge qui augmentent. La différence d'intérêt marquée selon le genre est frappante.
- L'avantage fiscal s'impose au fur et à mesure que l'on avance en âge, avec la surprise de ne pas le voir sélectionné par les hommes avant la tranche 40-49 ans.

Les répondants pouvaient se retrouver dans les neufs propositions de déclencheurs de dons ou seulement dans une sélection de celles-ci :

Nombre de raisons identifiées		9	8	7	6	5	4	3	2	1
Hommes	72 répondants	2	1	3	6	5	16	16	8	15
		3%	1%	4%	8%	7%	22%	22%	11%	21%
Femmes	257 répondants	2	2	3	24	42	38	65	48	33
		1%	1%	1%	9%	16%	15%	25%	19%	13%

Table 21 - Par genre - nombre de déclencheurs identifiés

Grille de lecture : les chiffres de la ligne supérieure représentent le nombre de répondants que l'on retrouve en regard du nombre de raisons de donner identifiées et les chiffres de la deuxième ligne expriment le pourcentage par rapport au nombre de répondants.

La position médiane est dépassée après trois propositions de déclencheurs au don : en effet, 39 hommes sur 72 et 146 femmes sur 257 répondants s'y retrouvent. Nous allons ici considérer deux groupes : le groupe 1 qui englobe les répondants qui se retrouvent dans les déclencheurs 1, 2 et 3 et le groupe 2 qui reprend les répondants de la position 4 à 9.

Le classement des réponses selon que l'on soit dans le groupe 1 ou le groupe 2 et selon le genre auquel on appartient présente quelques différences qu'il nous semble intéressant de mettre en perspective.

Groupe 1 – soit un maximum de trois déclencheurs identifiés : le classement est effectué par ordre décroissant du nombre de réponses positives :

39 Hommes	146 Femmes
Réflexion : 22	Impulsion : 91
Impulsion : 21	Réflexion : 87
Habitudes : 12	Habitudes : 52
Education familiale : 11	Education familiale : 51
Avantage fiscal : 6	Avantage fiscal : 15
Gestion patrimoniale : 3	Education Religieuse : 15
Obligation : 3	Obligation : 6
Education Religieuse : 1	Gestion patrimoniale : 4
Superstition : 0	Superstition : 3

Table 22 - Déclencheurs du don - Groupe 1

Groupe 2 – soit de quatre à un maximum de neuf déclencheurs identifiés : le classement est effectué par ordre décroissant du nombre de réponses positives :

33 Hommes	111 Femmes
Réflexion : 30	Impulsion : 102
Education familiale : 29	Habitudes : 101
Impulsion : 26	Education familiale : 100
Habitudes : 24	Réflexion : 98
Avantage fiscal : 18	Avantage fiscal : 56
Gestion patrimoniale : 15	Education Religieuse : 47
Education Religieuse : 14	Obligation : 22
Obligation : 13	Gestion patrimoniale : 22
Superstition : 3	Superstition : 13

Table 23 - Déclencheurs du don - Groupe 2

Que l'on soit dans le groupe 1 ou le groupe 2, l'ordre de classement du premier item reste identique chez les hommes comme chez les femmes : il s'agit de la réflexion pour les hommes et de l'impulsion pour les femmes.

De même, la notion de superstition reste en dernière position dans les deux groupes, tant pour les hommes que pour les femmes.

Ensuite, chez les hommes, le poids de l'éducation familiale augmente significativement dans le groupe 2 et le poids de l'éducation religieuse se voit également renforcé dans ce cas. Dans le groupe des femmes, nous assistons à une augmentation du poids de l'habitude mais également de l'éducation familiale, plaçant ainsi la notion de réflexion en quatrième position.

4.3.5. Recevoir un cadeau : sentiments et réactions

Les questions précédentes étaient exclusivement axées sur le positionnement du donateur.

Les questions 8 et 9 ont pour objectif d'appréhender, à la lumière de la notion de triple obligation telle que mise en évidence par Mauss – donner, recevoir et rendre – les différences de ressenti face à un cadeau reçu. Nous ne souhaitons pas entreprendre une démarche qui s'apparenterait plus à une analyse de type psychologique, mais plutôt tenter de mettre en évidence des éventuelles différences marquantes selon le genre et la tranche d'âge des répondants. Cette question pourrait également tendre à renforcer les tendances perçues au titre du don par obligation tel qu'il apparaît à la table 18 (page 36).

	Recevoir d'un proche				Recevoir d'une personne "pas proche"			
	Joie	Gêne	Réciprocité		joie	gêne	réciprocité	
			Besoin	Envie			besoin	envie
328 répondants	1212 3,70	391 1,19	505 1,54	834 2,54	822 2,51	719 2,19	555 1,69	650 1,98
72 hommes	235 3,26	97 1,35	112 1,56	166 2,31	177 2,46	134 1,86	106 1,47	133 1,85
256 femmes	977 3,82	294 1,15	393 1,54	668 2,61	645 2,52	585 2,29	449 1,75	517 2,02

Table 24 - Par genre - poids d'un cadeau reçu

Grille de lecture : sur 328 réponses complètes reçues, 72 proviennent d'hommes et 256 sont de femmes. Les chiffres de la ligne supérieure représentent le poids total (note de 0 à 5) attribué et les chiffres de la deuxième ligne expriment la moyenne par rapport au nombre de répondants.

Dans le premier cas considéré – recevoir un cadeau d’un proche – on constate une joie plus marquée et son pendant, une gêne moins marquée, chez les femmes que chez les hommes. Le corolaire qui veut que l’on ressente le besoin ou l’envie de rendre le cadeau le confirme.

Dans le second cas considéré – recevoir un cadeau d’une personne qui ne nous est pas proche – on constate une inversion du résultat par genre au niveau de la gêne ressentie et du besoin de rendre « la pareille ». La comparaison des deux cas de figure montre également la diminution de la joie et de l’envie de rendre la pareille, l’augmentation de la gêne et le besoin de rendre la pareille.

On perçoit donc ici que le niveau de proximité impacte le donataire.

En détaillant les données par genre et par tranche d’âge, nous obtenons le tableau suivant :

Sur un total de 328 répondants dont 72 hommes et 256 femmes										
			Poids accordé par item				Poids accordé par item			
			Recevoir d'un proche				recevoir d'une personne "pas proche"			
			Joie	Gêne	Besoin	Envie	Joie	Gêne	Besoin	Envie
De moins de 20 ans	Hommes	1	5	0	5	5	1	5	3	0
			5,00	-	5,00	5,00	1,00	5,00	3,00	-
	Femmes	1	3	4	1	5				
			3,00	4,00	1,00	5,00				
Entre 20 et 29 ans	Hommes	7	27	19	21	19	20	27	17	15
			3,86	2,71	3,00	2,71	2,86	3,86	2,43	2,14
	Femmes	38	156	52	55	86	88	90	68	75
			4,11	1,37	1,45	2,26	2,32	2,37	1,79	1,97
Entre 30 et 39 ans	Hommes	5	15	11	4	6	11	13	3	5
			3,00	2,20	0,80	1,20	2,20	2,60	0,60	1,00
	Femmes	31	119	44	61	83	72	94	74	68
			3,84	1,42	1,97	2,68	2,32	3,03	2,39	2,19
Entre 40 et 49 ans	Hommes	11	35	23	17	37	30	25	18	30
			3,18	2,09	1,55	3,36	2,73	2,27	1,64	2,73
	Femmes	49	190	58	79	129	113	130	80	81
			3,88	1,18	1,61	2,63	2,31	2,65	1,63	1,65
Entre 50 et 59 ans	Hommes	12	37	14	17	29	22	19	18	23
			3,08	1,17	1,42	2,42	1,83	1,58	1,50	1,92
	Femmes	58	216	63	71	157	160	128	92	116
			3,72	1,09	1,22	2,71	2,76	2,21	1,59	2,00
Entre 60 et 69 ans	Hommes	29	98	25	42	55	79	37	39	50
			3,38	0,86	1,45	1,90	2,72	1,28	1,34	1,72
	Femmes	61	229	47	88	146	144	97	92	108
			3,75	0,77	1,44	2,39	2,36	1,59	1,51	1,77
Entre 70 et 79 ans	Hommes	6	14	5	6	13	9	8	8	10
			2,33	0,83	1,00	2,17	1,29	1,14	1,14	1,43
	Femmes	18	64	17	23	35	50	25	23	47
			3,56	0,94	1,28	1,94	2,78	1,39	1,28	2,61
De plus de 80 ans	Hommes	1	4	0	0	2				
			4,00	-	-	2,00				
	Femmes									

Table 25 - Par genre et par âge - poids d'un cadeau reçu

Grille de lecture : sur 328 réponses complètes reçues, réparti par genre et par tranche d’âge, les chiffres de la ligne supérieure représentent le poids total (note de 0 à 5) attribué et les chiffres de la deuxième ligne expriment la moyenne par rapport au nombre de répondants.

4.4. Conclusion après analyse du questionnaire

Les conclusions que nous pouvons mettre en évidence à l'issue de cette phase d'analyse du questionnaire sont les suivantes :

- Nous avons pu établir que les biens les plus donnés sont des biens matériels, dont l'argent en premier lieu, alors que les biens auxquels les répondants accordent le plus d'importance sont immatériels. L'hypothèse que nous posons est que le pragmatisme de l'acte qui se concrétise par un don matériel l'emporte sur l'engagement nécessaire à un don immatériel : en effet, il est plus facile, rapide, simple de donner de l'argent que de donner de son temps même si, en son for intérieur, le donateur reconnaît une valeur supérieure mais non marchande, du don immatériel. On retrouve ici le premier antagonisme présent dans la définition du don : la notion de l'intérêt pour le donateur lui-même *versus* l'intérêt du don pour autrui.
- Contrairement à nos hypothèses initiales, nous ne tirons pas d'information particulièrement évocatrice concernant des comportements liés aux tranches d'âge et à leur évolution et ce quel que soit le domaine de don abordé. Un aspect nous a cependant interpellé : il s'agit du comportement des répondants face à l'action des médias qui pourrait présenter une différenciation liée à l'âge.
- Par contre, nous avons pu mettre en évidence des différences significatives selon le genre du donateur. Citons la notion des trois socialités que l'on peut se représenter comme trois cercles concentriques avec le donateur en son centre : alors que nous nous attendions à trouver une différence liée aux tranches d'âge, nous avons eu la surprise de découvrir une différence conséquente dans la perception des hommes et celle des femmes face au don aux inconnus, du type « socialité tertiaire ». Notre hypothèse repose sur l'idée d'un indice « confiance » différent pour ce type de donataire.

Une autre différence sensible se marque dans les facteurs déclencheurs du don : considérant le facteur prépondérant chez les hommes et chez les femmes, nous trouvons respectivement la réflexion et l'impulsion.

- Enfin, à nouveau liée au genre plutôt qu'à l'âge des répondants, on trouve dans les réponses relatives aux cadeaux reçus (de personnes proches ou pas) la confirmation du deuxième antagonisme présent dans la définition du don : la forme volontaire, libre du don et son inverse, la notion d'obligation, de contrainte.

5. Du questionnaire à la parole

L'objectif initial était de mener une dizaine d'entretiens – idéalement cinq hommes et cinq femmes – personnes d'âge différent, que nous ne connaissions pas, afin d'obtenir des réponses plus nuancées et construites concernant des points qui seront listés ci-après.

A partir du questionnaire où il était demandé qui accepterait de participer à un entretien, 95 personnes ont répondu positivement à notre sollicitation. Par contre, sur les 95 répondants, seules 85 personnes ont mentionné leur adresse mail, ce qui représentait pour nous la seule possibilité de les contacter.

TOTAL Répondants (R)	Ok entretien		Hommes		Femmes		@mail reçus	Hommes		Femmes	
	R	%	R	%	R	%		R	%	R	%
394	95	24,11	21	22,11	74	77,89	85	18	21,18	67	78,82

Table 26 - Réponses positives à la proposition d'interview

Nous pouvons voir que le rapport hommes-femmes qui acceptent de participer à un entretien reste quasi identique à celui de la population totale qui a répondu au questionnaire (voir Table 6, page 22), ce qui pourrait tendre à confirmer une attitude liée au genre.

En raison des conditions sanitaires et des procédures de distanciation recommandées, il nous est rapidement apparu que nous nous n'aurions pas d'autre choix que de recourir à la visioconférence. L'outil Zoom (<https://zoom.us/meetings>) a été choisi pour la simplicité de la procédure pour les répondants, son utilisation intuitive pour l'organisateur ainsi que pour les possibilités d'enregistrement qu'il offre.

Le choix d'entretiens semi-directifs a été fait. Les thématiques suivantes seront abordées :

- Quelle définition du don ont les répondants ? Ont-ils conscience - ou pas - de ce que le don contribue à la construction, au maintien du lien social ?
- Comment assument-ils, à titre personnel, le comportement paradoxal du donateur qui pratique le don de biens matériels alors que son envie le porterait plutôt vers le don de type immatériel ?
- Peut-on retrouver la notion de la triple obligation – donner, recevoir et rendre – dans les propos tenus ?

- Que l'on parle d'éducation, d'obligation, de réflexion etc., comment les répondants perçoivent-ils l'acte ou les actes à l'origine de leur don : en sont-ils conscients ?
- Comment sont perçus les dons de type *crowdgiving/crowdfunding*, libéralités, gestion patrimoniale ?
- Peut-on retrouver, dans les propos tenus, des références à la sphère de socialité virtuelle ou tertiaire ?

Des questions seront préétablies dans l'éventualité de devoir relancer le dialogue mais nous souhaitons que nos interlocuteurs conservent le plus possible leur liberté de parole ainsi qu'une certaine souplesse dans les enchaînements de pensée. Ainsi, ces questions ne seront probablement pas toutes posées en l'état. Ce guide de l'entretien est repris en Annexe 3 (Page 65).

Dans le cadre du respect des Normes RGPD, nous demanderons préalablement l'accord de nos interlocuteurs pour enregistrer notre entretien, ce qui facilitera ensuite notre travail d'analyse mais permettra également une éventuelle vérification des résultats à postériori.

5.1. Analyse des entretiens

Nous allons établir une courte fiche de synthèse par personne interrogée afin de la situer individuellement dans sa démarche de donateur. Ces fiches, anonymisées, sont consultables en Annexe 4 (page 66).

Notre groupe, classé par ordre chronologique des entretiens, sera repris **dans le texte** comme suit :

Initiale du prénom	Genre	Age	Dans le texte
S.	Femme	56 ans	F1
V.	Femme	64 ans	F2
A.	Homme	68 ans	H1
P.	Homme	62 ans	H2
D.	Femme	42 ans	F3
M.	Femme	29 ans	F4
D.	Homme	44 ans	H3
J.	Femme	53 ans	F5
P.	Homme	78 ans	H4

En fonction des thématiques préalablement décrites, nous nous attacherons à relever ce qui, dans leurs propos, illustre certains des aspects théoriques que nous avons retenus ou certaines conclusions auxquelles nous sommes parvenue à l'issue de l'analyse du questionnaire.

D'autre part, l'analyse réalisée par personne nous permettra de les rattacher à la typologie centrée sur le profil des donateurs, telle que réalisée par la SORGEM (2001) et présentée en page 16. Nous tenterons également de dégager de manière globale comment nous pouvons les rattacher aux autres typologies reprises en section 3.5.

5.1.1. Nos principales thématiques

1. Définition du don

Toutes les personnes interrogées ont confirmé considérer l'entretien qu'elles nous accordaient comme un don, un don de leur temps. Pour toutes ces personnes, le don occupe une place importante dans leur vie ; le don est même évoqué comme un constituant qui donne sens à la vie.

Les définitions données au travers des entretiens sont synthétisées sous forme de mots-clés :

F1: le don vise la **reconnaissance**,

F2 : le don est un **choix**,

H1: le don est une mise en **relation**,

H2 et H3 : le don est un **partage**,

F3: le don s'envisage comme une **transmission**,

F4: le don se conçoit comme un **lien**,

F5 : le don est un **échange**,

H4 : le don est **gratuit**.

Six de ces neuf mots-clés évoquent le rapport étroit au lien (H1, H2, H3, F3, F4, F5) plutôt qu'au bien échangé.

Les mots-clés usités par F1 et H4 renvoient à la notion de contre-don attendu ou pas.

Quant à celui de F2, il tend à confirmer le caractère volontaire du don.

2. Quelle perception de la triple obligation « Donner – recevoir – rendre » ?

Concernant la triple obligation - Donner, recevoir et rendre - de Mauss (1923-1924), nous avons rencontré deux cas de figures différents : pour deux personnes (F2 & F3), cette notion

théorique est connue et assumée. Pour les autres personnes, cette notion transparait dans la perception que tous ont du lien généré par le don : nous retrouvons ce rapport au lien dans les mots-clés de six des répondants. Le sentiment d'appartenance à une communauté va également dans ce sens : la référence au SEL (système d'échange local) faite par F4 et H4 en est un exemple concret. Le lien à la communauté est longuement développé par H2 quand il évoque son enfance à l'étranger. Il en va de même avec F5 qui évoque son village comme lieu privilégié pour la pratique du don et l'exercice de la demande d'aide.

Si « donner et rendre » semblent être deux notions généralement reconnues et admises par tous, le principe de « recevoir » suscite plus de réserve. Les termes qui reviennent à ce propos sont notamment fragilité, vulnérabilité, termes qui renvoient sans équivoque à la notion de subordination développée par Mauss (1923-1924). Un seul des neuf répondants évoquera une aisance à demander de l'aide. Les autres personnes interrogées sur ce point mentionneront devoir – ou avoir dû – travailler sur eux-mêmes pour y arriver ; par contre, tous rejettent, pour eux-même, le principe de rendre par obligation. Ce constat tend à conforter les résultats de la notion d'obligation tels que présentés au titre des facteurs déclencheurs du don (table 22 et 23 page 39).

3. Comportement paradoxal du donateur : don matériel *versus* don immatériel

Par rapport à la dualité du don matériel *versus* le don immatériel, les personnes interrogées ne nous ont pas permis de progresser dans notre compréhension du phénomène car tous les répondants à l'entretien sont des personnes pratiquant prioritairement le don de temps et ce, par choix réfléchi et par préférence. Certaines d'entre elles se reconnaissent dans les deux types de don qui, pour elles, répondent à des motivations différentes mais complémentaires. Ces personnes évoquent la nécessité de pratiquer les deux types de don qui sont nécessaires aux personnes ou aux associations aidées ; elles mentionnent le don d'argent comme un moyen facile et rapide d'aider, comme un outil leur permettant d'échapper à la culpabilité.

Un point important qui se dégage est le suivant : alors que moins de 10 % de la population ayant répondu au questionnaire reconnaît ne jamais donner d'argent, trois des quatre hommes et une des cinq femmes, soit quatre personnes sur les neuf interrogées, nous ont clairement signifié ne jamais - ou vraiment très occasionnellement – procéder à des dons financiers. Nous pouvons d'emblée considérer que le groupe de répondants n'est donc pas représentatif de certaines des conclusions du questionnaire.

A ce titre, les entretiens ne nous permettront pas d'approfondir ce paradoxe apparu dans l'analyse des résultats du questionnaire.

4. Quelle conscience de l'origine de l'attitude de donateur ?

Les entretiens nous ont permis de mettre en lumière un facteur déclencheur du don que nous n'avions pas envisagé tel quel dans le questionnaire : il s'agit de la dimension politique qui entre dans la démarche des personnes interrogées. Le rôle de l'état, les institutions caritatives qui se substituent à l'administration, l'effet pervers d'une aide institutionnalisée sont autant de thèmes qui ont été abordés. Les quatre hommes vont s'y référer de façon plus ou moins explicite alors que seule une femme, sur les cinq interrogées, va y faire référence.

Les femmes interrogées mettent davantage en avant l'aspect de l'empathie avec la population à qui elles viennent en aide.

Nous pouvons y trouver confirmation du résultat de la question analysée au point 4.3.4 - Actes à l'origine du don (page 36) - qui avait mis en évidence la prédominance de la notion de réflexion dans la démarche des hommes et celle de l'impulsion dans la démarche féminine. Ce point, à notre estime, mériterait à lui seul de faire l'objet d'un travail à part entière.

5. Quelles perceptions des dons de type *crowdfunding*, libéralités, gestion patrimoniale ?

L'analyse des réponses au questionnaire a révélé une différente perception du don du type « socialité tertiaire » selon le genre du répondant. Nous avons posé l'hypothèse d'un indice « confiance » que nous avons effectivement rencontré dans nos entretiens. Par exemple, trois femmes qui mentionnent participer, même occasionnellement, à des collectes de *crowdfunding*, signalent n'avoir aucun doute après avoir pris leur décision alors que les hommes qui l'évoquent ne l'associent pas à l'univers du don mais à celui du secteur de l'économie.

Il est à noter que les personnes qui mentionnent avoir participé à des campagnes de *crowdfunding* minimisent le côté virtuel de ces campagnes par le sentiment qu'elles ont d'avoir pris connaissance des enjeux.

Au niveau des libéralités, les personnes interrogées ne se reconnaissent pas suffisamment dans cette motivation même si trois d'entre elles (H1, F3 et F4) reconnaissent en faire usage. Quand nous l'évoquons, cette finalité n'est pas ou peu retenue.

La gestion patrimoniale se trouve également écartée comme sujet de don par les répondants. Dans le cadre de mon questionnaire initial tel que présenté en introduction, cet aspect devrait à lui seul faire l'objet d'une recherche approfondie.

6. Quelle perception de la sphère tertiaire ou virtuelle se dégage des entretiens ?

Comme mentionné dans la question ci-avant, les répondants rejettent la notion d'univers virtuel : quand ils participent à une campagne, c'est soit sur recommandation d'un proche, soit pour un projet qui leur tient à cœur, soit après avoir pris le temps de se renseigner ; dans tous les cas, ils ont une impression de proximité.

5.1.2. *Rapprochement avec les typologies sélectionnées*

Nous avons sélectionné différentes typologies au point 3.5 afin de nous permettre une analyse plus structurée des réponses obtenues.

Nous avons conscience qu'il conviendrait de sélectionner une typologie et de nous y tenir. Cependant, l'aspect multifactoriel et interdépendant à l'origine des actes posés nous apparaît clairement au moment de procéder au choix et au classement. Nous faisons dès lors le choix de nous confronter aux différentes typologies évoquées.

En premier lieu, les neuf personnes interrogées ont été classifiées selon la typologie des donateurs telle qu'établie par la **Sorgem** (2001) : trois d'entre eux ressortent de la catégorie « Eprouvés par la vie », trois autres se retrouvent dans la catégorie des « Militants », deux personnes sont classées dans la catégorie des « Généreux » et enfin la dernière personne se situe dans la classification des « Epargnés ». Ce premier classement nous permet de penser que la sélection des personnes interrogées est représentative de la diversité qui fait notre société. Par contre, la difficulté éprouvée de procéder à un tel classement nous conduit à la conclusion suivante : certains actes, certaines attitudes, certaines revendications placent les personnes à l'intersection de différentes catégories.

Par rapport à la **typologie de Testart (2007)**, il ne fait aucun doute que toutes les personnes interrogées se retrouvent dans le Don (donare) en ce qu'ils sont tous dans l'attente de quelque chose en retour de leur don (lien aux autres, bonheur, partage, reconnaissance...) mais qu'ils n'ont aucune possibilité d'exiger ce retour. On peut entendre chez certains que le non-retour provoque une grande amertume (F5), une méfiance dans les institutions (H4).

En confrontant les mots-clés relevés avec la **typologie de Comte** citée par Steiner (2016), nous prenons conscience de l'importance de la zone qui se situe à l'intersection de l'altruisme et de l'égoïsme, dans laquelle Comte range les sentiments de domination et d'approbation. En effet, nous pensons pouvoir classer trois personnes (F3, H2, H3) dans la case de l'Echange (Pacifique – Egoïste) et deux personnes (F2, F4) dans le case du Don (Pacifique – Altruiste) ; quatre personnes restent toutefois dans cette zone d'intersection – qualifiée de zone « d'intérêt indirect » - trois d'entre elles au titre de l'approbation (H1, F1 et F5) et une au titre de la domination (H4). Ce constat rejoint celui établi dans le cadre de la typologie définie par la Sorgem (2001) : l'être humain est complexe et le mécanisme qui mène au don ne l'est pas moins.

Reprenant ensuite la **typologie de Durkheim** citée par Steiner (2016), nous constatons que les neuf répondants se retrouvent tous naturellement dans la notion du don mécanique, à savoir tournés prioritairement vers leurs familles, amis, communauté ; dans ce cas, le don peut être direct ou se faire par l'intermédiaire d'une association mais dont les bénéficiaires leurs sont connus personnellement. Nous retrouvons bien ici la prépondérance de la zone de socialité primaire telle qu'elle ressort de l'analyse du questionnaire. Par contre, un seul des neuf répondants (H3) affirme participer activement à une forme de don organisationnel en se mettant, comme bénévole, au service de personnes qu'il ne connaît pas forcément, par l'intermédiaire d'une organisation dont il reconnaît les valeurs.

Enfin, les personnes interrogées se positionnant majoritairement contre le don financier, nous ne pouvons établir de liens concernant la **typologie établie par nous-même**. Par contre, nous pouvons relever des positions qui concernent les différentes perspectives qui nous intéressaient.

Dans la perspective caritative, le don est évoqué par 3 répondants (H1, F3 et F4, repris comme « Généreux » ou « Epargnés » dans la typologie Sorgem (2001)) mais comme mode mineur dans leur pratique de don, actant ainsi de plutôt se libérer d'une mauvaise conscience.

Dans la perspective économique, ces trois même répondants mentionnent user de la possibilité de déduction fiscale mais signalent ne pas choisir les organisations qu'ils aident suivant ce critère.

Enfin, dans la perspective patrimoniale, aucun répondant ne mentionne y réfléchir ou mettre d'action en place. A l'inverse, une position tranchée est énoncée par deux répondants (H3 et

H4) qui se refusent à considérer la possibilité de transmettre quoi que ce soit ; quatre autres personnes pensent qu'il ne leur restera rien à transmettre (F1, F2, H2, et F5).

5.2. Conclusion des entretiens

Le premier élément qui nous vient à l'esprit est la complexité d'organiser de tels entretiens ; en effet, si de nombreuses personnes s'étaient déclarées disposées à répondre à nos questions, il est vite apparu ardu de trouver des créneaux qui leur convenaient au moment de concrétiser leur accord. Nous avons fait face à plusieurs annulations de dernière minute.

Comment expliquer ce fait ? D'un point de vue pratique, le fait d'être obligée de recourir à la technique d'une liaison par visioconférence ne nous a pas aidé ; il est probable que des rencontres en tête-à-tête n'auraient pas été annulées de la même façon car l'engagement personnel aurait été plus fort.

D'autre part, nous pouvons peut-être établir ici un rapprochement avec le constat du décalage entre ce que les gens souhaiteraient faire – les dons de type immatériel dont le temps – *versus* ce qu'ils font réellement, les dons matériels ; les personnes qui s'étaient prononcées favorablement à l'organisation d'un entretien ont réalisé que cela nécessitait de la disponibilité (temps annoncé approximativement d'une heure), de l'organisation (trouver un créneau qui nous convenait mutuellement et s'y tenir), du matériel (un PC avec une connexion casque et micro, le chargement du logiciel etc.). Nous reprenons ici les propos de F1: « Quand on donne, on se « débarrasse » de quelque chose dont on a moins besoin [...] ; avec la notion de donner de son temps, c'est pareil, c'est plus difficile que de lâcher un billet de 20 euros ».

In fine, neuf entretiens auront été réalisés, d'une durée allant de 29 minutes à un peu plus d'une heure. Nous aurons eu l'occasion d'interroger neuf personnes, quatre hommes et cinq femmes mais sans avoir un représentant de chaque tranche d'âge. En effet, une seule des neuf personnes interrogées se situe dans la tranche d'âge des moins de quarante ans et aucun des répondants ne se situe dans la trentaine. Nous ne disposons d'aucun élément factuel qui nous permette d'expliquer cette difficulté à monopoliser un peu de temps chez les plus jeunes. Par contre, si nous nous basons sur les conclusions résultant de l'analyse du questionnaire, nous pouvons estimer que la distribution par âge aura eu peu d'importance sur les propos collectés.

Nous avons craint que le côté virtuel de la communication ne soit un frein à la spontanéité de la discussion, ne permettant que des échanges de généralités sur le sujet. Il n'en a rien été. Nous avons été très surprise et étonnée de recueillir des propos, des anecdotes parfois très intimes ; finalement, ce mode opératoire basé sur une distanciation physique a peut-être même aidé à libérer la parole.

Enfin, une conclusion qui transparaît à plusieurs reprises, notamment dans l'exercice du classement typologique, est le constat de la complexité, de la variété et de l'interconnexion des ressorts qui poussent nos répondants à donner.

6. Conclusions générales

Nous allons appréhender nos conclusions générales sous les trois angles suivants : nous commencerons par une revue des aspects pratiques de nos travaux ; nous nous pencherons ensuite sur les aspects théoriques pour terminer par des conclusions à mettre en lien avec l'ASBL source de notre questionnement.

La démarche utilisée, telle que présentée au chapitre 2 (page 5) - nous a semblé pertinente durant toute la durée de notre travail. Nous avons le sentiment d'une cohérence et d'une progression fluide dans le déroulement de celui-ci. La difficulté liée à l'organisation des entretiens en visioconférence, conséquence d'une pandémie imprévue au début de l'année 2020, n'aurait pas pu être anticipée. Nous y avons cependant trouvé un élément positif à savoir que le côté virtuel des entretiens, en accentuant une impression d'anonymat, a peut-être contribué à libérer la parole des intervenants. Nous ne disposons pas d'éléments permettant de comparer nos résultats à des résultats obtenus par le biais d'entretien en face à face.

La découverte de la diversité des champs d'études et de l'étendue des travaux théoriques entourant la notion de don a été pour nous une énorme surprise. La quantité d'ouvrages et d'articles traitant de ce sujet a constitué la première difficulté que nous avons rencontrée : celle de devoir procéder à une sélection, de devoir restreindre nos choix alors que tous nous semblaient intéressants et pertinents. A l'issue de ce travail, en mentionnant notamment dans la partie « analyse typologique », les facteurs multifactoriels et interdépendants à l'origine des actes posés, nous prenons pleinement conscience de la complexité liée à l'analyse de ce fait social qu'est le don.

Reprenant notre question de départ - que fait le donateur quand il donne ? - nous avons mis en lumière, au travers des entretiens, la dimension politique ou citoyenne qui peuvent conduire au don. Enfin, nous nous sommes pleinement appropriée la définition du don établie par Caillé (2007), à savoir la prédominance du lien sur le bien. Il nous semble avoir pu faire la preuve que la recherche du lien est le moteur premier qui conduit à l'acte du don.

Nous nous étions posée la question de l'évolution du don avec l'âge et le genre des donateurs. Notre hypothèse de départ penchait vers une différence liée à l'évolution en âge tant au point de vue des actes déclencheurs que d'un impact technologique. Nous pensons pouvoir dire

aujourd'hui que cet élément n'a que peu, voire pas d'incidence ; notre réserve tient à la faiblesse de notre échantillonnage des personnes moins de 30 ans.

Par contre, une conclusion très inattendue est d'avoir contribué à mettre en évidence une différence liée au genre dans cet acte. Cet aspect de nos conclusions serait un point de départ idéal pour envisager un autre mémoire !

Nous souhaitons également mettre en évidence des conclusions qui nous seront utiles professionnellement. Comme évoqué dans notre introduction, notre univers professionnel, une ASBL, est financièrement dépendante des dons. Nous ne pourrions jamais rivaliser avec les ONG et autres professionnels du secteur caritatif ! Nous ne pourrions pas empêcher les nouvelles technologies, associées aux stratégies de communication, de trouver des donateurs complaisants... Par contre, nous retiendrons l'importance de maintenir notre institution dans la zone de socialité primaire pour chacun de nos donateurs. Nous avons fait le constat que ce cercle de socialité primaire reste le cercle essentiel de l'acte de don. En terme de typologie, nous avons vu que le don mécanique reste largement prédominant. Il est donc primordial de nous attacher à conserver une proximité avec nos donateurs, de les tenir informés de nos actions tout en conservant à l'esprit la multiplicité de leur point d'intérêt et surtout, de leur donner l'opportunité de nous rencontrer.

7. Bibliographie

- Age moyen de la population. *Statbel, la Belgique en Chiffres*. (Mis à jour le 08/06/2016). Consulté le 12/04/2020 ; <https://bestat.statbel.fgov.be/bestat/crosstable.xhtml?view=47d4f3be-0523-4a03-b062-819257075fff>
- Baisse significative de la générosité en France en 2018. *France Générosité*. Le 04/04/2019 ; consulté le 15/06/2020 ; https://www.francegenerosites.org/baisse_de_la_generosite_en2018/
- Baromètre des Associations 2018*, Publication électronique ; 2019; 4 pages ; Gratuit; à partir 18/03/2019 ; <https://www.kbs-frb.be/fr/Activities/Publications/2019/20190318AJ>
- Buisseret, C. (2016-2017). *Le régime juridique du financement participatif en Belgique : analyse, bilan et perspectives* UCL-DRT [Mémoire de Master en droit],
- Caillé, A. (2007). *Anthropologie du don*. Paris : La Découverte.
- Caillé A. (2007). *Don et association*, Revue du MAUSS permanente, [en ligne]. <http://www.journaldumauss.net/./?Don-et-association>
- Crowdfunding belge (II) : qui fait quoi ? *Le Soir*. (Mis à jour le 18/06/2019). Consulté le 18/07/2020 ; <https://plus.lesoir.be/280252/article/2019-06-18/crowdfunding-belge-ii-qui-fait-quoi>
- Darmangeat C., Don, échange et autres transferts, *L'Homme* [En ligne], 217 | 2016, mis en ligne le 24 février 2018, consulté le 03 octobre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/lhomme/28828> ; <https://doi.org/10.4000/lhomme.28828>
- Debret, J. (2020). *Les normes APA françaises : Guide officiel de Scribbr basé sur la septième édition (2019) des normes APA*. Scribbr. <https://www.scribbr.fr/manuel-normes-apa/>
- Démographie de la Belgique. *Wikipédia*. Consulté le 12/04/2020 https://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9mographie_de_la_Belgique
- Godbout J. T. (1992). *L'esprit du don*. En collaboration avec Caillé A. Éditions La découverte, Collection : Textes à l'appui / série anthropologie. Consulté dans les classiques des Sciences Sociales, bibliothèque numérique dirigée et fondée par Jean-Marie Tremblay.

Le Covid a-t-il un impact sur la solidarité des Belges ? *La Libre Belgique*. (Mis à jour le 14/12/2020). Consulté le 16/12/2020 ; <https://www.lalibre.be/belgique/societe/le-covid-a-t-il-un-impact-sur-la-solidarite-des-belges-5fd3302b9978e227dffdd8c3>

Lévi-Strauss C. (1968) *Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss*. Presse Universitaire de France, quatrième édition. Collection : Bibliothèque de sociologie contemporaine. 482 pages (pp VII à LII). Consulté dans les classiques des Sciences Sociales, bibliothèque numérique dirigée et fondée par Jean-Marie Tremblay

Mauss M. (1923-1924) *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. L'année Sociologique, seconde série, 1923-1924. Consulté dans les classiques des Sciences Sociales, bibliothèque numérique dirigée et fondée par Jean-Marie Tremblay.

Moens F. (2007). *L'évergétisme en éducation. Dons, fondations et décisions dans les politiques éducatives*, in VINOKUR Annie, dir., 2007, Pouvoirs et financement en éducation. Qui paye décide ?. L'Harmattan, « Collection Éducation et sociétés.

(Non-)évolution des stéréotypes de Genre, 1999, 2005 et 2013. *Institut pour l'Égalité des Femmes et des Hommes*. Consulté le 06/12/2020. https://igvm-iefh.belgium.be/sites/default/files/95_-_genre_et_emploi_du_temps_fr.pdf

Steiner, P. (2016). *Donner... Une histoire de l'altruisme*. Presses Universitaires de France.

Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). *Moniteur Belge 05/09/2018*. Consulté le 04/06/2020. https://www.ejustice.just.fgov.be/mopdf/2018/09/05_1.pdf#Page10.

Testart A. (2007). *Critique du Don : étude sur la circulation non marchande*, Paris, Syllepse, 268 P [Chap. 1 En ligne].

Van Campenhoudt L., Marquet J., Quivy R. (2017). *Manuel de Recherche en Sciences sociales*. DUNOD, 5^{ème} édition.

8. Les annexes

8.1. Annexe 1 – Questionnaire vierge

DONNER, OUI ! MAIS ... QUOI, À QUI, COMMENT ?

Je termine un Master en horaire décalé en orientation « Sciences économiques, sociales, politiques et de communication ».

Comme évoqué par le titre, mon travail de fin d'études porte sur certains aspects du "don" : je vous remercie vivement de prendre 5 minutes (maximum) pour répondre à ces 10 questions pour le 18 juillet au plus tard !

Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse : il n'y a que des actes que nous posons, plus ou moins souvent, pour des raisons qui nous appartiennent.

Dans le cadre du RGPD, je garantis le respect de l'anonymat des réponses reçues et m'engage à n'utiliser les résultats que dans le cadre de mon travail de fin d'études.

1) Vous êtes



2) Quel est votre âge ?

Dans les questions suivantes, merci de considérer le 0 pour pas du tout ou jamais en allant graduellement vers le 5 pour souvent ou toujours

3) Vous êtes - un peu, parfois, souvent - donateur mais que donnez vous ?

	0	1	2	3	4	5
de l'argent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
des produits achetés expressément	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
des biens de seconde main	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
du temps (volontaire /association)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
de l'expertise professionnelle /talents	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
du sang, du plasma ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4) Voyez vous un type de don qui n'apparaît pas dans la liste ci-dessus ?

Saisissez votre texte ici

5) A qui donnez-vous ?

	0	1	2	3	4	5
ASBL locales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grandes institutions/ONG	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mendicité de rue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Campagne d'appel aux dons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plateformes type crowdfunding	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6) L'action des médias ou des réseaux sociaux vous pousse à donner pour des causes

	0	1	2	3	4	5
pas connues de vous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sans intention préalable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7) Quand vous donnez, c'est par, c'est après, ...

	0	1	2	3	4	5
Mûre réflexion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impulsivement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Habitude	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obligation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Superstition	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Education familiale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Education religieuse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestion patrimoniale (legs, héritage)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avantage fiscal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8) Recevoir (un cadeau ou de l'argent) d'un proche vous procure

	0	1	2	3	4	5
de la joie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
une gêne, un malaise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
besoin de réciprocité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
envie de réciprocité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9) Recevoir (un cadeau ou de l'argent) d'une personne qui ne vous est pas proche vous procure

	0	1	2	3	4	5
de la joie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
une gêne, un malaise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
besoin de réciprocité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
envie de réciprocité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10) Accepteriez-vous d'être interviewé (en toute confidentialité) sur le sujet du "don" ?

Oui

Non

11) Si oui, merci de me laisser une adresse mail afin que je puisse vous contacter pour convenir d'un rendez-vous (téléphone, vidéoconférence, en personne : à convenir ensemble)

example@email.com

12) Si vous souhaitez me laisser un commentaire...

Saisissez votre texte ici

8.2. Annexe 2 – Question 4 - type de don qui n'apparaît pas dans la liste : réponses reçues

Remarque : Les réponses sont reprises telles quelles, sans correction de style ou d'orthographe.

1	du travail
2	Écoute et conseils. Ce n'est pas forcément assimilé à l'item " temps" ni de "volontaire dans une association".
3	Assistance de tous les jours à des parents proches (personnes âgées ou enfants). Aide à entretenir des biens de personnes apparentées et amis qui ne peuvent le faire eux-mêmes (bricolage, jardinage,....)
4	organe
5	Bienveillance et disponibilité
6	Organes
7	La présence
8	Euh... peut-être l'écoute spontanée
9	famille
10	Un don non programmé. Aider un handicapé, un vieux, une vieille à porter ses colis; secourir une personne en danger...
11	Des produits faits mains (cosmétiques, savons, plats cuisinés)
12	J'ai moi même crée mon asbl
13	l'hébergement de migrants
14	Association
15	de l'amour
16	Alimentaire
17	Des livres
18	des denrées alimentaires distribuées en rue
19	Organes

20	Sourire/Bienveillance
21	don de son temps en général, pas uniquement dans un cadre organisé
22	des témoignages d'affection, de l'attention mais cela entre probablement dans la rubrique « temps »
23	L'écoute
24	Don de masques cousus lors du confinement (covid-19) et après
25	du temps dans la catechèse en paroisse
26	Donner de l'amour autour de soi
27	de la nourriture
28	Aide aux proches, voisins, amis..
29	L'écoute et soutien moral
30	Attention
31	Des produits achetés 'non' expressément
32	Donner de l'énergie, donner des conseils
33	Cuisiner des petits plats et les donner aux plus démunis.
34	L'écoute
35	Temps & expertise professionnelle
36	Le don d'organes
37	Éducation garderie
38	bricolage
39	Temps pour soutiens moral - Temps pour aider des amis ou autres (déménagement, course voisin
40	Don d'organes
41	Msf

42	Don d'organe
43	un sourire un coup de téléphone, un bonjour ou un merci dans la rue
44	organes, terrain de culture (potager), terrain de camp, bois, fruits et légumes
45	un service
46	Des cheveux?
47	Écoute, soutien psychologique
48	Des conseils...
49	Distribution de plats préparés
50	Entraide, coup de main, non-professionnel,
51	du temps, de l'écoute, de l'amour
52	pour aider les femmes battues
53	le don de soi comme aidant proche par exemple.
54	De l'accompagnement du soutien psychologique
55	Des produits achetés mais pas expressément, par exemple un paquet de biscuits, une pomme ou une barre de chocolat que j'ai dans ma voiture en cas de petite fin, qu'il m'arrive de donner à un(e) mendiant(e). Des livres déjà lus.
56	Nourriture et bien périssable
57	don de cheveux, don matériel, don de nourriture, un don spirituel une prière
58	Des contacts
59	mise à disposition gratuite de ma 2ème résidence.
60	mise à disposition gratuite de ma maison de campagne.
61	Du temps
62	Collectes ponctuelles organisées par asbl lors d'un concert ou d'un marché solidaire
63	Empathie, chaleur humaine

64	bien-être, du moral à des malades adultes ou enfants
65	denrées produites personnellement, légumes, oeufs, etc...
66	Aux SDF je donne souvent Aux animaux
67	Partage
68	Echanges verbaux avec de parfaits inconnus rencontrés dans la rue, sur les parkings, ... qui m'interpellent pour diverses raisons... Don de temps, du souci de l'autre en manque de relations sociales

8.3. Annexe 3 – Guide de l’entretien

Nous reprenons ci-dessous la liste de questions que nous pourrions poser suivant le déroulement des entretiens :

1) Vous avez accepté de répondre à mon questionnaire puis à ma demande d’entretien : considérez-vous votre démarche comme un don que vous me faites ? Pour vous qu’est-ce qu’un don ? Quelle serait votre définition du don ? Comment vous percevez-vous en terme de donateur : régulier, occasionnel, compulsif, en toutes occasions ou en des moments ponctuels, précis, prédéfinis ?

2) Indépendamment de la personne qui reçoit le don, que pensez-vous que le don apporte – si tant est qu’il apporte quelque chose – au donateur ? Dans quelle démarche êtes-vous quand vous donnez ?

3) Des réponses reçues au questionnaire, il apparaît que les donateurs souhaitent donner principalement d’eux-mêmes (du temps, de la bienveillance, des compétences ...) mais donnent en fait plutôt des biens matériels (de l’argent, des vivres, des biens de seconde main...) : que pensez-vous de cette dichotomie ? En étiez-vous conscient pour vous-même ?

4) Une définition sociologique du don le considère comme toute prestation de biens ou de services effectuée, sans garantie de retour, en vue de créer, entretenir ou régénérer le lien social. Dans l’optique de cette définition, comment considérez-vous les dons aux grandes ONG, aux plateformes médiatiques (CaP48, Télévie...), aux plateformes de type crowdfunding...

8.4. Annexe 4 - Fiches individuelles

❖ Entretien du 05/11/2020 avec S. (Durée 47:39)

Cette femme, 56 ans, travaille comme secrétaire en Académie de musique.

Son mot-clé pour le don est reconnaissance.

Elle se décrit comme une personne naturellement généreuse, issue d'une famille peu aisée mais toujours disposée à aider les autres. Par contre, elle se limite à donner à des proches : « j'aide là où l'argent va directement, là où je vois à qui je donne, à qui ça va profiter ». Elle évoquera son passé professionnel en qualité de chargée de communication pour expliquer sa méfiance vis à vis des ONG qui dépensent énormément en flyers, en clips vidéo pour solliciter des dons car elle en connaît le coût.

Elle est également bénévole dans une association qui soutient des projets humanitaires liés à l'électrification à destination de pays en voie de développement. Elle reconnaît y rencontrer encore aujourd'hui un ton paternaliste empreint d'une pointe de colonialisme...

De par son mariage, elle a été confrontée à la culture africaine et ressent très profondément la dimension culturelle dans la façon que les gens ont pour aborder le « Donner - recevoir et rendre » ; veuve jeune, avec deux enfants, elle admet avoir reçu beaucoup d'aide. Ayant reçu une éducation qu'elle qualifie de judéo-chrétienne, elle confirme avoir dû travailler fortement sur elle-même pour apprendre à dire non quand on la sollicite indûment et à être juste contente de recevoir sans se sentir redevable.

Dans la typologie établie par la SORGEM (2001), nous la retrouvons dans la catégorie des «Eprouvés par la vie ».

❖ Entretien du 07/11/2020 avec V. (Durée 1:05:57)

Cette femme, 64 ans, d'origine française, a le niveau scolaire de baccalauréat français et travaille, en région bruxelloise, dans une mission locale à l'accompagnement à la recherche d'emploi.

Son mot-clé pour le don est choix.

Elle évoque une éducation catholique intelligente, où il fallait mettre les évangiles en adéquation avec les actes : sa première expérience du bénévolat remonte à ses 11 ans où elle a

été active dans une récolte de fonds au bénéfice d'enfants du Biafra. Elle se déclare encore catholique pratiquante et précise assumer son divorce au regard de l'Eglise.

Durant son enfance et adolescence, elle a joui, tant chez ses parents que chez ses grands-parents, d'une grande liberté dans le choix de ses lectures : elle a toujours pu avoir accès à toutes sortes de livres et considère que la lecture de Dumas et de San-Antonio l'ont, dans les deux cas, sensibilisée aux causes justes, à la défense du faible...

Elle attache une énorme importance à être en adéquation avec ses valeurs qu'elle résume par « liberté – égalité – fraternité » qui sont, pour elle, indissociables.

Elle est bénévole active au sein d'une maison d'accueil pour femmes exilées qui est rattachée à la Plateforme citoyenne de soutien aux réfugiés. Elle m'explique que « quand je voyais la situation des réfugiés dans les parcs aussi bien en France qu'en Belgique, on ne fait pas ça à un chien C'était juste pas possible, j'ai voulu agir ». Elle considère que le don est toujours le résultat d'un choix : pour elle, nous avons tous le choix d'agir ou de ne pas agir.

Pour elle, donner de son temps c'est aider et aider « ce n'est pas faire pour quelqu'un, mais faire avec quelqu'un » ; elle est très soucieuse de la préservation de la dignité de celui qui reçoit, insiste beaucoup sur le respect de l'autre.

Dans la typologie établie par la SORGEM, nous la retrouvons dans la catégorie des « Militants ».

❖ **Entretien du 09/11/2020 avec A. (Durée 35:31)**

Cet homme de 68 ans est un médecin généraliste à la retraite.

Son mot-clé pour le don est relation.

Il est engagé volontaire auprès de Médecin du monde et offre des consultations ; dans la pandémie actuelle du covid-19, il participe activement à l'effort de *testing* ; il aide une association de récolte de vivres à la préparation de colis alimentaire.

Il reconnaît deux influences importantes dans la construction de sa personnalité de donateur : une grand-mère très catholique, non pratiquante mais avec de fortes valeurs chrétiennes et une marraine, marxiste militante, résistante durant la deuxième guerre mondiale, professeure de morale laïque. Durant une action de récolte de vivres organisée par cette dernière, alors qu'il est jeune adolescent, il sera confronté à la misère humaine chez de vieilles personnes ; c'est à

cet événement qu'il rattache sa prise de conscience de l'existence de l'injustice et du besoin de faire quelque chose. Il situe le don dans une démarche politique et éthique.

Son investissement personnel dans le bénévolat est tout à fait conscient : il considère son action au même titre qu'un antidépresseur : « agir, c'est important, cela active le circuit de la récompense dans notre cerveau ».

Même s'il reconnaît l'importance des dons en argent, il en pointe l'effet pervers ; d'une part, il évoque la possibilité pour le donateur de se soustraire pour partie à l'impôt qui bénéficie normalement au collectif ; d'autre part, il met en avant la solution qu'a trouvée l'état pour se soustraire à ce qui devrait être de sa responsabilité.

Dans la typologie établie par la SORGEM (2001), nous le retrouvons dans la catégorie des « Généreux ».

❖ **Entretien du 11/11/2020 avec P. (Durée 40:54)**

Cet homme a 62 ans ; après avoir travaillé toute sa carrière comme éducateur spécialisé auprès d'adultes déficients mentaux, il est aujourd'hui à la retraite. Il est entré dans sa profession sans formation préalable, pas du tout dans l'esprit de prendre soin des autres mais par hasard, en recherche de sens à sa vie.

Son mot-clé pour le don est partage.

Il réfute toute éducation religieuse au don ; par contre, ayant un père médecin et une mère infirmière, il reconnaît avoir grandi dans une famille tournée vers les autres. Son souci des autres, il l'attribue principalement au fait d'avoir vécu ses 21 premières années en Allemagne, dans une garnison militaire, microcosme où la solidarité régnait en maître-mot ; il pense n'avoir jamais retrouvé, depuis lors, de communauté où le soutien de tous par tous était aussi présent.

Il se refuse intellectuellement à tout don d'argent car il estime que cela incombe aux pouvoirs publics qu'il considère défaillant ; très critique de la société mercantile, il revendique sa casquette de syndicaliste et pointe l'hypocrisie d'une pseudo philanthropie des grandes entreprises qui, d'autre part, spolient les travailleurs. Il réproouve également toutes les grandes opérations de collecte de fonds ; il insiste beaucoup sur l'aspect ponctuel que doit revêtir le don ; dès que l'appel au don est érigé en un système récurrent, il s'apparente, pour lui, à de l'exploitation.

La notion de transmission de patrimoine en terme d'héritage le dérange ; il nous dit : « tout ce que je peux donner de mon vivant, je le donne de mon vivant : à ma mort, mes enfants n'auront rien ».

Dans la typologie établie par la SORGEM (2001), nous le retrouvons dans la catégorie des « Eprouvés par la vie ».

❖ **Entretien du 14/11/2020 avec D. (Durée 29:01)**

Cette femme a 42 ans et travaille dans un centre culturel où elle coordonne l'aide scolaire aux adolescents.

Son mot-clé pour le don est transmission.

Pour elle, le don se conçoit en tout premier lieu dans le cadre de la gestion patrimoniale, pas en terme de valeur économique mais essentiellement symbolique : elle nous cite en exemple le don d'un meuble, d'un foulard... C'est dans ce contexte qu'elle voit le don comme maintien d'un lien social.

Elle travaille également comme bénévole en donnant des cours de français à des étrangers mais nous signale n'avoir jamais considéré cette activité comme un don car cela lui apporte également beaucoup de choses ! Elle est familière des travaux de Mauss pour avoir suivi un cours d'anthropologie en 2^{ème} année de bachelier et évoque donc spontanément la notion de don et contre-don.

Elle confirme donner de l'argent car « cela m'arrange de soulager ma conscience par un ordre permanent ». Chez elle, ce type de don est réfléchi : le choix du projet qu'elle soutient est le résultat d'une analyse. Quand elle a pris la décision de donner, sa confiance n'est jamais ébranlée.

Dans ce type de don, comme dans son action de bénévole d'ailleurs, elle ne voit pas de notion de lien social mais bien d'échange équilibré : soit elle se libère d'une culpabilité (mot qui revient à plusieurs reprises) soit elle se crée de l'expérience ou reçoit en échange de ses élèves. En aucun cas, la notion de libéralité au sens fiscal n'entre dans sa réflexion.

Elle ne pense pas avoir reçu d'éducation qui aille dans le sens du don et n'identifie pas d'événement ou de personne qui l'y ait sensibilisée. Par rapport à ses propres enfants, elle ne pense pas leur transmettre d'éducation au don mais juste de les rendre soucieux des autres.

Elle n'a pas grandi dans le confort mais estime simplement avoir aujourd'hui le temps et le confort matériel qui lui permet de donner. Ce n'est donc pas du tout dans le sens de rendre ce qu'elle a reçu.

Elle demande facilement des services à un cercle d'intimes vis-à-vis de qui elle n'éprouve aucun sentiment d'obligation de rendre : cette démarche est pour elle tout à fait spontanée et naturelle.

Dans la typologie établie par la SORGEM (2001), nous la retrouvons dans la catégorie des « Epargnés ».

❖ **Entretien du 16/11/2020 avec M. (Durée 32:36)**

Cette femme a 29 ans et travaille comme assistante sociale sans en préciser plus. De même, elle évoquera durant l'entretien être bénévole mais sans vouloir développer d'avantage.

Son mot-clé pour le don est le lien.

M. se considère comme privilégiée dans la société depuis toujours ; elle n'a pas eu d'éducation au don en tant que telle ; sa prise de conscience des différences qui existent entre les gens remonte à l'école primaire : « nous n'avions pas tous une collation et parmi ceux qui en avaient une, elles n'étaient pas toutes de même valeur ». Elle est clairvoyante sur le fait que, dans la triangulation « Donner – recevoir – rendre », on ne rend pas forcément à celui qui vous a donné : elle rapproche cette situation de la notion de SEL (Système d'échange local).

Pour elle, le don doit rester en adéquation avec ses valeurs qui sont la solidarité, l'entraide, le soutien. Elle pense qu'il est important de montrer aux autres qu'ils sont importants.

Elle est très réfléchie dans sa façon de donner et tout à fait consciente qu'un don met en relation un donneur et un receveur : pour elle, le don répond à une nécessité bilatérale mais peut coïncider avec le besoin de l'un sans atteindre l'objectif pour l'autre ; elle considère dès lors comme primordial que l'on apprenne à verbaliser nos attentes. Ce constat est d'autant plus vrai que nous vivons dans une société dominée par les réseaux sociaux où notre image doit correspondre à un standard préétabli : nous devons montrer que tout va bien et ne pas montrer nos faiblesses.

Elle reconnaît apprendre à être demandeuse mais uniquement dans un cercle étroit de personnes de confiance où elle peut exposer ce qu'elle appelle sa vulnérabilité de demandeuse. Par contre, cette situation ne provoque pas chez elle de sentiment d'être redevable.

M. reconnaît l'intérêt des incitants fiscaux. Par contre, elle refuse les incitants qu'elle qualifie d'émotionnels avec lesquels elle veut prendre des distances. Plutôt que de donner au *Télévie*, exemple qu'elle nous cite, elle va chercher une association qui corresponde à ses valeurs mais qui ne bénéficie pas du même éclairage médiatique. Par contre, indépendamment de l'aspect collecte de fonds, elle reconnaît aux grands batailles médiatiques l'intérêt de porter le débat de l'inclusion sur la place publique.

Elle terminera l'entretien en regrettant qu'il appartienne au collectif citoyen de palier les lacunes du politique : pour elle, sur un certain nombre de points, l'état fédéral se décharge de ses responsabilités sur les citoyens en les amenant d'ailleurs parfois à se mettre dans une position délicate vis-à-vis de la légalité.

Dans la typologie établie par la SORGEM (2001), nous la retrouvons dans la catégorie des « généreux ».

❖ **Entretien du 19/11/2020 avec D. (Durée 38:36)**

Cet homme de 44 ans occupe un poste de Direction dans une maison qui fabrique des vêtements professionnels pour le secteur de l'Horeca.

Son mot-clé pour le don est partage.

Il considère que le don, dans le sens de partage, est l'essence de la civilisation humaine.

Il pense pouvoir rattacher son attention au don à l'éducation familiale mais surtout aux valeurs inhérentes à la pratique du scoutisme. D'autre part, il a connu des années qu'il qualifie de galère. Sa croyance au karma et à la notion de roue qui tourne le pousse à agir pour les autres comme il aurait aimé que l'on agisse pour lui. Il cite « un juste retour des choses ».

Il privilégie le don de son temps aux dons financiers qu'il réproouve ; il évoque spontanément ses différentes actions en tant que bénévole : Président d'un Service Club, séances d'enregistrement de 3 livres au profit de la ligue Braille, membre de *justineforkids*, actif aux Restos du Cœur depuis la pandémie. Dans son activité professionnelle également, il trouve à appliquer sa philosophie du don : il m'explique qu'il fera le don des tabliers à l'Association des Traiteurs de Belgique qui ira porter des repas au personnel hospitalier qui sera en poste le soir du réveillon de Noël. De son activité de bénévole, il dira que c'est son lien au bonheur.

Pour expliquer son refus de donner de l'argent, il m'expliquera avoir assisté à de la mendicité organisée dans la rue Neuve à Bruxelles à une époque où il y travaillait. En effet, il se refuse à donner de l'argent à quiconque, « même à la recherche scientifique ». Par contre, toujours prêt

à donner de son temps, il confirme accepter très facilement de contribuer aux grands événements qui collectent de l'argent. Il a besoin de connaître les personnes derrière l'action, l'implication de ce qu'il donne.

Il peut facilement demander de l'aide mais pas à n'importe qui. S'il se sent redevable, c'est sans aucune culpabilité ou sentiment d'obligation de rendre. Quand il donne, il n'attend pas qu'on lui rende la pareille mais il sait que ce sera le cas car il évolue dans des cercles où la pratique de l'échange de *business* est courante.

Par contre, il est très clair avec la notion de gestion patrimoniale : il a deux enfants mais ne compte rien laisser derrière lui. Il s'est approprié la devise *Carpe diem* et compte la vivre pleinement jusqu'à la fin de ses jours.

Dans la typologie établie par la SORGEM (2001), nous le retrouvons dans la catégorie des « militants ».

❖ **Entretien du 19/11/2020 avec J. (Durée 01:05:37)**

Cette femme de 53 ans était institutrice et conseillère pédagogique ; elle a été mise à la retraite anticipée pour raisons médicales.

Son mot-clé pour le don est échange.

Elle reconnaît une très grande difficulté à donner, surtout de l'argent : « pour moi un don c'est donner quelque chose à quelqu'un qui en a besoin, mais dans certaines circonstances et dans certaines limites ». Elle estime que l'argent ne se donne qu'en échange d'un effort et craint toujours que l'on en fasse un mauvais usage ! Elle rattache cette attitude à son enfance et sa jeunesse où elle a dû se prendre en charge, travailler pour payer ses études.

J. est très amère sur la vie en générale. Elle a eu une enfance difficile, sans aucune éducation au don et confrontée à la difficulté de sa mère à demander de l'aide à autrui alors qu'elle en avait grand besoin. Cette situation a fait d'elle une personne qui a beaucoup de difficultés à dire non, à solliciter les autres mais, comme elle le précise, elle apprend à demander, notamment dans son entourage proche, son voisinage.

Fille et petite-fille d'enseignante, elle s'est rapidement investie dans son métier même si, à la base, il a été choisi par défaut. Dans sa carrière professionnelle, elle pense avoir énormément donné. Elle était très sensible notamment aux enfants défavorisés ou difficiles qui lui demandait une attention renforcée. Si elle reconnaît ne pas savoir donner d'argent, elle dit ne jamais compter son temps, ce qui explique sa réponse positive à ma sollicitation.

Elle a, à différents moments de sa vie, travaillé comme bénévole dans des associations de proximité. Cette personne est très sensible à la notion de communauté et considère que la vie en village, telle qu'elle la connaît aujourd'hui, favorise la pratique du don car on y connaît les gens. C'est dans cette petite communauté qu'elle reconnaît la notion de lien social généré par le don.

Dans la typologie établie par la SORGEM (2001), on peut la situer dans la catégorie des « Eprouvés par la vie ».

❖ **Entretien du 01/12/2020 avec P. (durée 49:13)**

Cet homme a 78 ans, est retraité et vit seul à Paris. Sa carrière a été très diversifiée mais son activité principale a été l'expertise-comptable, pendant plus de vingt ans, après une reprise tardive des études.

Notre entretien a été difficile tant par la connexion défaillante du réseau Wifi que par la propension de la personne à s'éloigner du sujet.

Son mot-clé pour le don est gratuit.

Dans sa définition du don, il insiste sur le principe de ne rien attendre en retour.

Il mentionne faire volontiers don de son temps « car c'est bien la seule chose que je puisse donner sans compter ». Il mentionne son activité de bénévole depuis le moment du passage à la retraite. Il évoque son support comptable auprès du SEL de Paris puis deux activités à la maison de Belleville où il a assuré des soirées de soutien scolaire ainsi qu'une activité d'écrivain public auprès de personnes déficientes en langue française ; et enfin il nous parlera d'une activité bénévole de trésorier auprès d'une Accorderie, réseau d'échange entre habitants d'un même territoire qui proposent leur savoir-faire et leurs compétences aux autres sous forme d'offre de services. En évoquant sa jeunesse, il va également rapporter un passé scout important à ses yeux.

Il est l'aîné d'une fratrie de cinq enfants, mentionne une éducation stricte, avec un père rigide mais ayant une bonne situation ; il évoque avoir fréquenté l'église mais ce point semble ne pas avoir influencé la personne qu'il est aujourd'hui. Il confirme que ses parents l'ont sensibilisé au don mais sans jamais donner d'exemple malgré nos relances. Son histoire familiale semble conflictuelle, parsemée de divers revers de fortune et d'accidents familiaux.

Il signale ne pas faire de politique mais reste critique quant à l'organisation de la société. Dans son récit de vie, son choix d'être en marge transparait à plusieurs reprises. Il a deux

enfants dont il a appris tardivement l'existence : il les a contactés afin de se faire connaître pour pouvoir répondre favorablement à un éventuel besoin d'organes mais a refusé tout soutien financier.

Il a fait le choix de mettre son appartement en vente en viager et de « brûler tout son patrimoine de son vivant ».

L'entretien se terminera sur la mention de sa méfiance en général pour les dons financiers due à sa connaissance de l'escroquerie.

Dans la typologie établie par la SORGEM (2001), on peut le situer dans la catégorie des « Militants ».

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Faculté des sciences économiques, sociales, politiques et de communication
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique | www.uclouvain.be/espo