chemindefoi.com: qu'est ce qui se cache derrière les « cahiers de théologie »

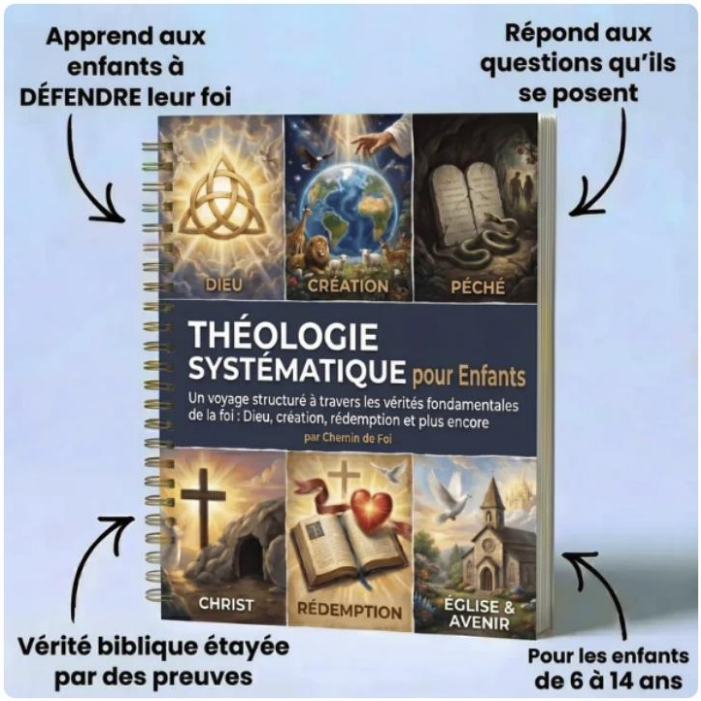
Derrière des publicités soi-disant catholiques destinées aux parents et grands-parents, notre enquête a retrouvé une ancienne boutique de chaussures, une succession d'enseignes internationales, un réseau de sociétés dirigées par un affairiste bulgare qui exploitent un public crédule mais solvable, et des centaines de « clients » arnaqués.

Enquête arrêtée au 20 septembre 2026

C'était louche… trop beau pour être vrai

Tout commence par un cahier d'activités pour enfants. La publicité promet cinquante-deux semaines de « théologie systématique », des bases solides pour répondre aux questions qui pourraient éloigner un enfant de la foi. Les messages circulent sur Facebook et une amie me l'a partagée sur son fil.

Le message raconte une histoire, sur 4 pages (cf fin de l'enquête pour le message complet), il ne vend pas seulement un livre : il met en scène l'inquiétude d'un parent ou d'un grand-parent qui voit la transmission religieuse lui échapper. Il faut agir avant que l'enfant doute, avant qu'il soit trop tard, avant que la promotion ou le stock ne disparaisse.



On a envie d'y croire, d'acheter ce livre qui permettra de transmettre la foi à nos enfants. Leur donner les vraies raisons de croire, c'est presque trop beau pour être vrai… Alors on se connecte à ce site, prêt à passer commande. On a déjà en tête le nom du neveu, du petit-enfant à qui on va pouvoir offrir ce livre. On arrive sur ce site, mais on veut quand même savoir à qui on a affaire. Est-ce catholique, évangélique ? Les arguments ont l'air tellement convaincants qu'on serait

même prêts à commander un livre évangélique. On creuse un peu. Puis un détail juridique nous fait retenir notre souffle et ranger notre carte bancaire…

La politique de confidentialité française de Chemin de Foi mentionne « Bare Sneaks » et le domaine wear-baresneaks.com. Bare Sneaks n'était pas une maison d'édition, mais une boutique… de chaussures L'identifiant Shopify de la boutique et son ancien domaine permanent relient directement cette activité à Chemin de Foi. Quand on cherche dans les conditions générales de vente, on trouve la société : « Nom de la société : RUNSALESCOM LLC - Siège social : 16192 Coastal Highway, Lewes, DE 19958, États-Unis d'Amérique - Numéro d'immatriculation : DE 10145522 ». La soi-disant librairie religieuse n'est donc pas née d'un éditeur, d'une faculté de théologie ou d'une œuvre ecclésiale : elle est la reconversion d'une infrastructure de commerce électronique qui vendait auparavant des chaussures…

Ce changement de marchandise n'est pas illégal. Il devient cependant inquiétant quand le vendeur se présente comme une source doctrinale fiable. Pourtant, aucun auteur clairement identifié, aucun comité éditorial, aucun théologien responsable, aucun imprimatur, aucune affiliation universitaire ou ecclésiale ne permet d'évaluer la provenance intellectuelle des ouvrages. Les couvertures indiquent seulement la marque, aucun nom d'auteur.

On ne trouvera aucun prêtre ni théologien pour soutenir ces livres, qui sont plutôt des appâts marketing destinés à cibler la mauvaise conscience ou l'envie d'agir d'un public solvable… et crédule ! Pourtant, le site prétend s'adresser aux familles catholiques, qu'il cible explicitement.

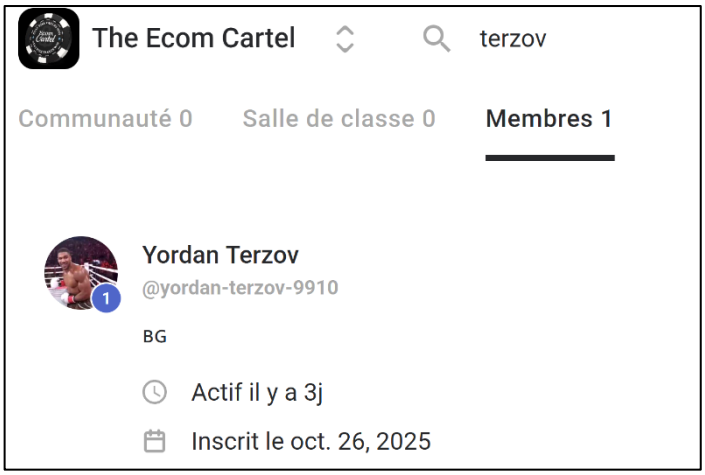
Au fil des pages et des sites, on constate par ailleurs que tous les textes et les photos sont générés par IA.

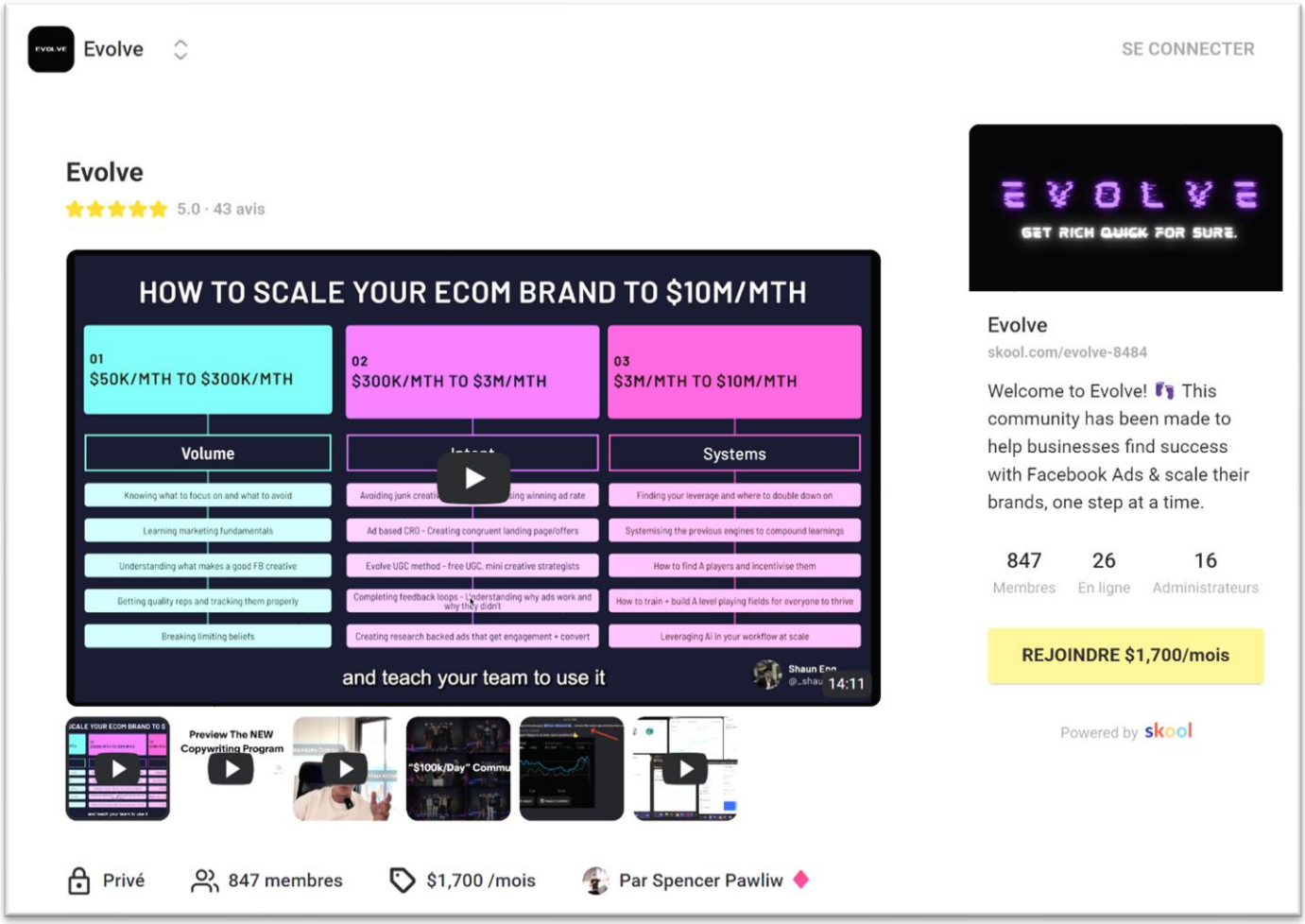
Qui se cache derrière chemindefoi.com ?

Alors on creuse, on veut savoir ce qui se cache derrière tout cela. À qui avons-nous failli donner notre carte bancaire ?

D'après notre enquête, c'est un Bulgare, **Monsieur Yordan Terzov**, qui est derrière ces différentes marques. Non seulement il est la seule personne identifiée à répondre aux questions qui mettent en cause ses marques, mais il est aussi connu pour faire partie d'un réseau d'experts en e-commerce, « **The Ecom Cartel** », réseau dont on peut supposer que les membres se retrouvent pour partager leurs astuces afin de trouver des publics crédules et de créer des produits, grâce à l'IA, qui permettront d'en extraire un maximum de bénéfices.
https://www.skool.com/ecom-cartel-1765/-/search?q=terzov&t=members

On découvre aussi que Yordan Terzov a souscrit un abonnement à 1 700 dollars par mois pour bénéficier d'un coaching destiné à développer sa marque sur Internet. On peut supposer que ce coaching lui a appris à cibler un public catholique solvable, crédule et âgé, plutôt que de persévérer dans la vente de chaussures en ligne.





Des « preuves sociales » trafiquées grossièrement

Alors on continue à creuser. Comment Chemin de Foi réussit-il à nous convaincre de lui faire confiance ? Après tout, les amis qui m'ont partagé leur contenu ou leur publicité ne sont pas tombés de la dernière pluie…

On observe une multitude de tentatives de « preuves sociales ». Les sites nous affichent des témoignages afin de nous donner confiance.

Valorrea (la version US de chemindefoi) affirme avoir interrogé des familles entre novembre 2024 et janvier 2025 pour concevoir son produit. Or le domaine valorrea.com n'apparaît qu'en septembre 2025 et la première utilisation commerciale déclarée de la marque est postérieure. Ce décalage à lui seul nous donne un sérieux indice que l'enquête n'a jamais existé, car aucune méthode, aucun questionnaire, aucun commanditaire et aucun résultat brut ne sont publiés. L'affirmation fonctionne comme une preuve d'antériorité sans permettre la moindre vérification.

Sur son site, Chemin de Foi prétend présenter des témoignages « authentiques » pour prouver que des familles apprécient ses livres. On les trouve sur la page du cahier de théologie systématique pour enfants. Ces témoignages sont des faux fabriqués.



La preuve est assez facile à établir :

- Ces soi-disant captures d'écran « à la Facebook » sont des images produites et hébergées par Chemin de Foi, et non capturées sur Facebook.
- Les personnes dont le nom est cité sont fictives.
- Les dates de publication sont écrites par Chemin de Foi.

En poursuivant l'examen des autres témoignages, on observe que les mêmes textes, mot pour mot, sont utilisés sur des sites d'autres pays, mais avec d'autres noms.

- Site français : page du cahier de théologie systématique pour enfants de Chemin de Foi



- Site allemand : page du cahier de théologie systématique pour enfants de Glaubensweg



Témoignage	Version française	Version allemande
L'enfant de 8 ans découvre des « preuves de la résurrection »	**Rachel M.**, Bordeaux	**Anke V.**, Leipzig
La fille de 7 ans commence à poser ses propres questions dès la troisième semaine	**Jessica T.**, mère célibataire, Nantes	**Kristen T.**, mère, Fulda
Deux garçons remplacent les écrans par le cahier ; l'aîné questionne la souffrance	**David R.**, Lyon	**Lennart R.**, Münster
Les petits-enfants sont « captivés » et se rapprochent de Dieu	**Émilie P.**, France	**Sabine Müller**, Allemagne

Une blogueuse américaine, Julie Neidlinger, s'est intéressée récemment à cette affaire. Elle y consacre deux articles : « If You're Looking for a 52 Week Systematic Theology Book » et « 52-Week Systematic Theology, Part 2 ». Au point d'attirer l'attention de Yordan Terzov, qui a tenté de lui prouver que son activité existait réellement. Lors d'un échange avec la blogueuse, Yordan Terzov a transmis une capture d'écran faisant état de 38 755 articles expédiés en décembre 2025 et d'un taux de livraison de 94,36 %. La capture n'est ni un compte certifié ni un relevé de transporteur indépendant. Elle porte en outre sur des « articles », pas nécessairement sur autant de clients ou sur le seul cahier de théologie. Présenter ce chiffre comme une validation globale du produit serait donc trompeur. En tout cas, si c'est vrai, c'est déjà un indice de l'ampleur du succès de la vente de ces livres « religieux ». Trente-huit mille articles à 35 euros représentent déjà 1,33 million d'euros.

La même enquêtrice a retrouvé un profil Facebook nommé « Emily Carter », prétendue grand-mère américaine dont l'activité visible consistait presque exclusivement à diffuser des récits en faveur de Valorrea. La photographie de ce profil est générée par intelligence artificielle et le numéro de téléphone associé est déconnecté. On voit donc que les témoignages promotionnels ne peuvent certainement pas être tenus pour spontanés et authentifiés.

Je vous parle ici de Valorrea car c'est tout simplement la déclinaison américaine de Chemin de Foi. Vous trouverez les sites, qui sont des clones, ici :
- Valorrea pour les États-Unis
- Chemin de Foi pour la France
- Glaubensweg pour l'Allemagne

Les sites sont des copies exactes qui vendent les mêmes produits, et le lien entre les sociétés s'établit ainsi :

Chemin de Foi déclare être exploité par RUNSALESCOM LLC, immatriculée dans le Delaware sous le numéro 10145522, à l'adresse 16192 Coastal Highway, Lewes, Delaware. chemindefoi.com

Les marques américaines correspondant aux cahiers Valorrea — notamment VALORREA SYSTEMATIC THEOLOGY FOR KIDS — ont été déposées par Terzov-28 LLC, une société distincte, mais domiciliée à la même adresse : 16192 Coastal Highway, Lewes. trademarks.justia.com

Yordan Terzov apparaît directement du côté de Valorrea : il a contacté la journaliste/blogueuse Julie Neidlinger pour défendre l'entreprise et lui transmettre des chiffres internes de ventes et de livraisons.

C'est tout un réseau qui cible les grands-parents catholiques de tous les pays

Mais ça ne s'arrête pas là… En suivant les mentions légales, les domaines Shopify, les adresses, les numéros de société et les paiements, une constellation apparaît. Faith Path vise le marché anglophone. Chemin de Foi vend en français. Cammino della Fede reprend la même offre en italien. Glaubensweg cible l'Allemagne, Geloofsweg les Pays-Bas et Droga Wiary la Pologne. Les livres, les rabais, les argumentaires et les structures de pages se répondent presque mot pour mot.



Faith Path, Chemin de Foi et Cammino della Fede déclarent aujourd'hui le même opérateur : RUNSALESCOM LLC, enregistré à l'adresse 16192 Coastal Highway, Lewes, Delaware, sous le numéro DE 10145522. Cette société exploite aussi Primal Alpha, un complément alimentaire « masculin » (ou plutôt masculiniste, comme on dit maintenant) vendu avec abonnement et promesses portant sur l'énergie, la libido et... **la testostérone**! La même infrastructure commerciale passe ainsi de la chaussure au livre chrétien, puis du livre au complément alimentaire masculin.

Un second ensemble mène aux Pays-Bas. DRX Sales B.V., anciennement dénommée DRX ecommerce, apparaît derrière Geloofsweg, Droga Wiary et plusieurs boutiques de mode : Ondina Lisboa, Véla Porto, Moreira Boutique, Helmi's Laukut, Aino & Veikko et Kalevala Tampere. À différentes périodes, ces

enseignes ont partagé des adresses, des numéros d'entreprise, des textes juridiques ou des prestataires de paiement. Des consommateurs portugais ont vu DRX Sales B.V. s'afficher directement comme bénéficiaire de paiements Viva Wallet. En Finlande, les mentions légales de trois boutiques reproduisaient la même adresse et le même numéro de TVA.

Une opacité organisée par couches

Pour le client, la marque locale occupe tout l'écran : Paris, Lisbonne, Porto, Tampere, une grand-mère chrétienne ou une maison d'édition au nom qui inspire confiance. L'opérateur juridique n'apparaît qu'au fond des conditions générales. Le paiement peut encore désigner une autre société, tandis que l'expédition est confiée à un prestataire asiatique.

Notre simulation d'achat (arrêtée avant paiement et sans saisie de données personnelles) a montré que Chemin de Foi et Glaubensweg partagent un même espace technique utilisé pour construire leurs pages de vente. Geloofsweg et Droga Wiary en partagent un autre. Ceci prouve bien une fabrication industrielle et coordonnée des boutiques.

Les moyens de paiement varient selon le pays : PayPal pour certaines vitrines, Viva.com avec iDEAL ou Bancontact aux Pays-Bas, BLIK en Pologne. Cette localisation inspire confiance et améliore la conversion, sans renseigner sur le lieu réel d'impression ou d'expédition.

Les données voyagent aussi

La politique de confidentialité de Primal Alpha, exploitée par RUNSALESCOM LLC, prévoit la collecte de l'identité, du téléphone, des adresses, de l'historique de commandes, des réponses aux enquêtes, de la géolocalisation et des données de navigation. Elle autorise le partage avec des partenaires marketing, des prestataires analytiques, des affiliés et des filiales. Elle reconnaît même que certains transferts publicitaires ou analytiques peuvent être qualifiés de « vente » par certaines législations.

Il ne serait pas excessif d'en déduire que les listes de clients des « librairies religieuses » sont effectivement revendues. En effet, le groupe dispose contractuellement de la faculté d'exploiter les données au-delà de la seule livraison, et les boutiques utilisent plusieurs pixels de mesure et de reciblage. Le ciblage religieux produit donc aussi un actif marketing : la connaissance d'un foyer intéressé par la transmission chrétienne, ses achats, ses réactions et sa disponibilité à de nouvelles sollicitations.

Qui répond de la théologie ?

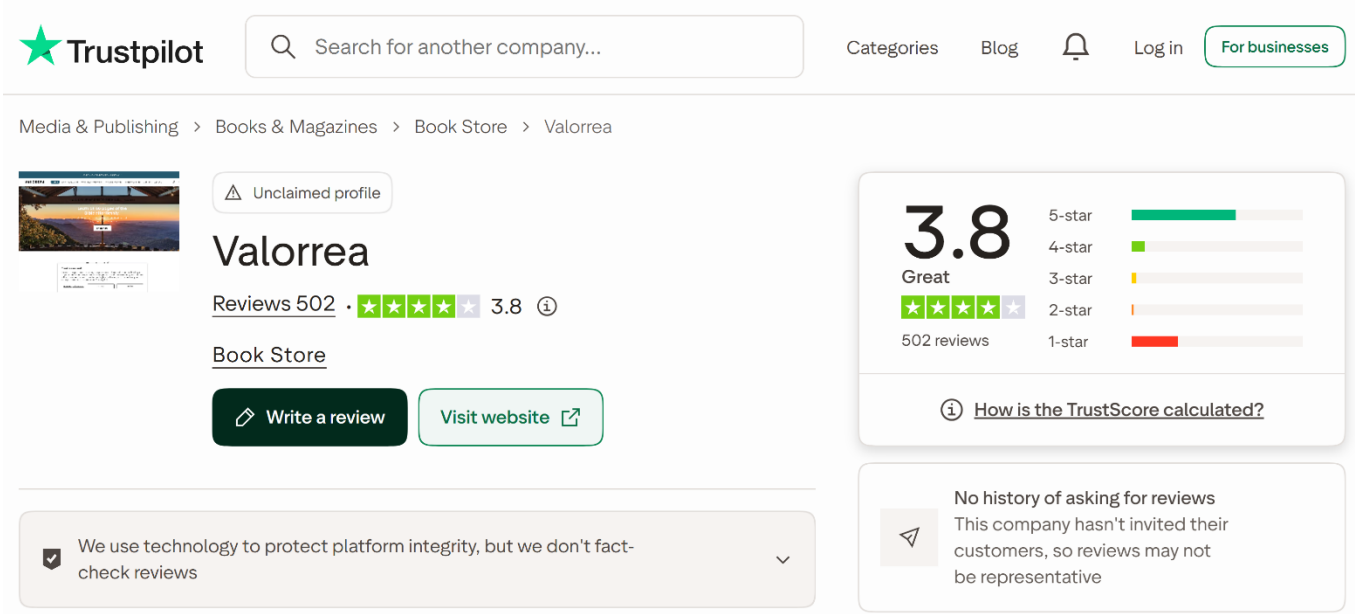
À ce stade, si vous n'êtes pas encore convaincu par le côté « réseau d'arnaques en ligne ciblant des publics vulnérables », regardons la question du contenu des livres. La question n'est pas secondaire. Un cahier intitulé « théologie systématique » prend position sur Dieu, l'Écriture, le salut, l'Église, les fins dernières et la relation entre les différentes traditions chrétiennes. Pourtant, les sites ne donnent pas de bibliographie éditoriale complète, de directeur de collection ou de relecteur qualifié.

Un pasteur américain ayant examiné l'ouvrage estime que son contenu ressemble davantage à un cahier d'histoires bibliques qu'à un manuel de théologie systématique. D'autres observateurs ont soulevé des ressemblances avec des contenus préexistants. Ces

accusations de copie peuvent être contestées, mais tout indique une écriture réalisée par l'IA. L'absence d'auteur identifiable, elle, est directement observable.

Et qu'en disent les « ~~pigeons~~ » acheteurs ?

Les vitrines promettent des ouvrages aimés des familles et une assistance disponible vingt-quatre heures sur vingt-quatre. Les plateformes indépendantes décrivent une expérience beaucoup plus instable. Au 20 septembre 2026, Valorrea comptait 489 avis sur Trustpilot et une note de 3,8 sur 5. La moyenne paraît correcte. Sa décomposition raconte autre chose : 60 % de cinq étoiles et 28 % d'une étoile. Les notes intermédiaires sont presque absentes.



Cette polarisation extrême est compatible avec plusieurs phénomènes : des acheteurs réellement satisfaits face à un groupe fortement lésé, une sollicitation sélective des clients heureux, des avis déposés très tôt dans le parcours ou des incitations. Elle ne prouve pas, à elle seule, l'achat massif de faux avis… Mais elle correspond au profil fréquemment observé lorsque la note moyenne masque deux populations qui n'évaluent pas la même réalité.

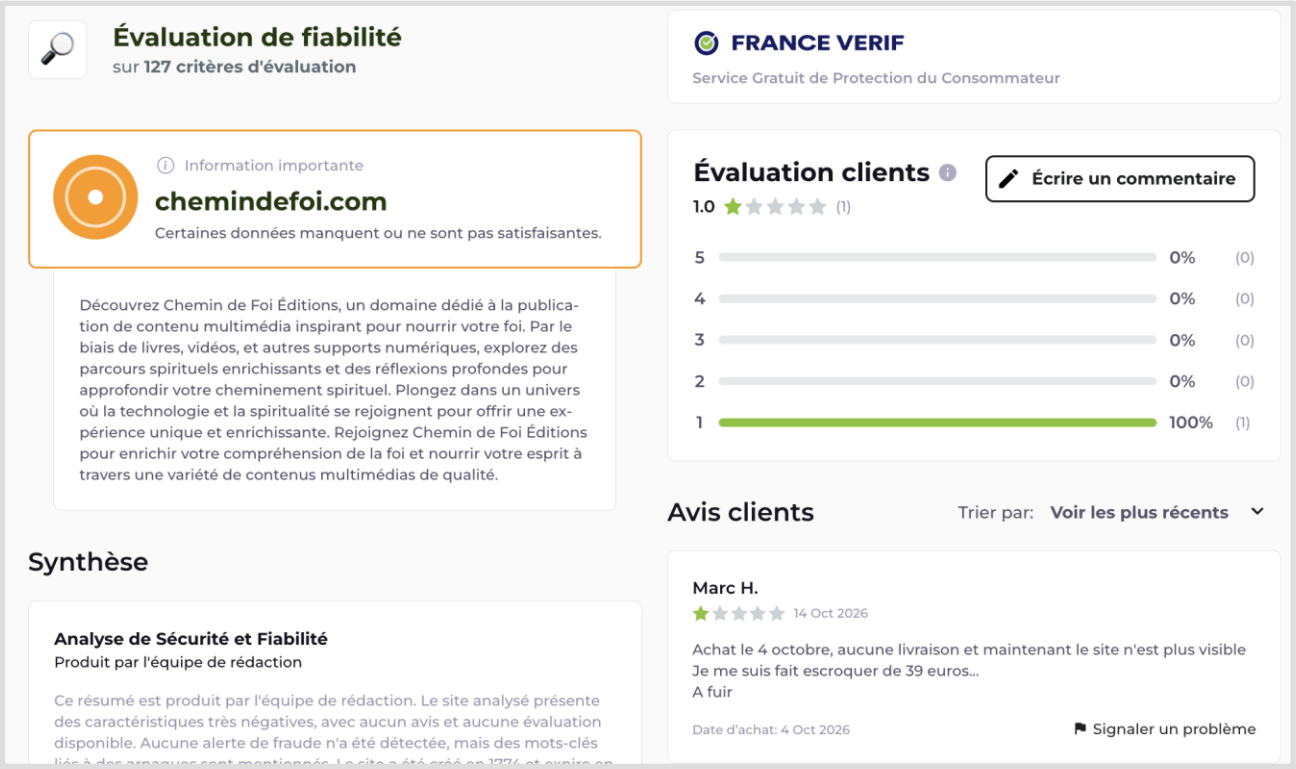
Une cliente affirme que Valorrea lui aurait proposé un livre gratuit en échange d'un avis Trustpilot. Un autre internaute a attribué cinq étoiles uniquement pour rendre son récit de non-livraison plus visible. Plusieurs avis positifs saluent la facilité de commande avant même d'avoir éprouvé la livraison ou le contenu. Beaucoup proviennent de comptes n'ayant publié qu'un seul avis. Aucun de ces indices n'autorise à qualifier individuellement un témoignage de faux. Leur accumulation impose toutefois de ne pas confondre les étoiles avec la preuve d'une expérience d'achat satisfaisante.

Le même scénario dans plusieurs langues

Chez Valorrea, les avis négatifs rapportent des commandes arrivées très tard, jamais reçues, des annulations ignorées, des pages manquantes, des fautes et un service client silencieux. Un acheteur dit avoir dû renvoyer son livre en Allemagne à ses frais, pour

environ 22 dollars. Un autre affirme avoir demandé l'annulation une heure après l'achat sans obtenir de réponse.

Le seul avis mentionné sur chemindefoi.com sur franceverif mentionne un client qui n'a rien reçu et se plaint des'être fait escroquer…



Geloofsweg présente un tableau plus sombre encore : 2,1 sur 5 pour 19 avis, dont 79 % d'une étoile. Les clients évoquent des délais de plusieurs mois, des suivis déclarant le colis livré alors que la boutique l'indique non expédié, des tickets clos sans résolution et des demandes de remboursement refusées parce que l'article serait « toujours en route ». Quelques commandes finissent néanmoins par arriver et au moins un remboursement a été obtenu. Le problème documenté n'est donc pas l'inexistence absolue des marchandises, mais l'imprévisibilité du service.

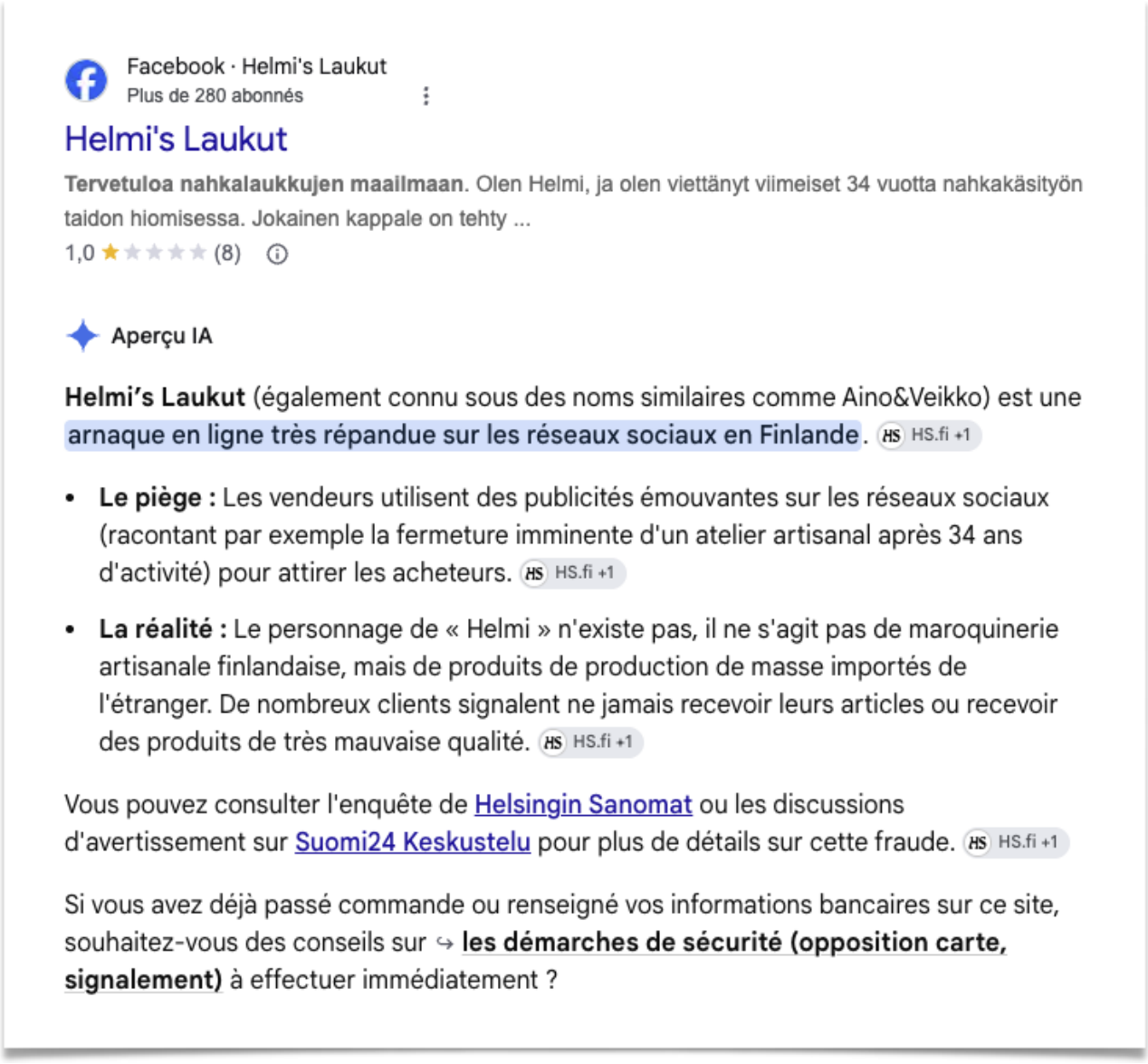
Droga Wiary affiche 1,3 sur 5 sur Shop, sur quatre avis seulement. L'un des acheteurs dit avoir reçu une version allemande à la place de l'édition polonaise. Pour Chemin de Foi, un client français rapporte deux mois d'attente après une commande du 28 avril, des livres annoncés en « réédition » et des tickets en anglais ouverts puis automatiquement résolus. Faith Path fait l'objet d'un récit presque identique : forte demande, colis annoncé en transit, suivi figé, puis silence.

Avant les livres, les vêtements

Les anciennes boutiques de mode fournissent le recul qui manque aux nouvelles librairies. Le Portal da Queixa recense 131 plaintes concernant Véla Porto, avec un indice de satisfaction de 10,7 sur 100 et un taux de résolution de 15,3 %. Moreira Boutique compte 23 plaintes, un indice de 2 sur 100 et aucun dossier enregistré comme résolu. Ondina Lisboa affiche 12,9 sur 100. Les consommateurs décrivent des commandes jamais livrées,

des codes de suivi inactifs, des matières différentes, des retours imposés en Chine et des réponses standardisées.

En Finlande, un fil consacré à Helmi’s Laukut réunit 97 réponses. Des acheteurs rapportent des sacs annoncés comme artisanaux et en cuir, mais reçus via YunExpress, avec une forte odeur et une matière synthétique. Le retour devait être expédié en Chine aux frais du



client. D’autres clients de Kalevala Tampere et Aino & Veikko disent avoir reçu, après deux mois, un vêtement sans rapport avec la qualité affichée ou n’avoir rien reçu du tout. Le média public Yle et le magazine Taloustaito ont ensuite cité ces enseignes dans leurs alertes sur les boutiques finlandaises artificiellement locales.

Et en plus, ça vient de Chine… ?

La provenance chinoise de l’ensemble des biens achetés dans le réseau apparaît dans les suivis YunExpress, les emballages, les adresses de retour et les témoignages des acheteurs. Elle n’est évidemment pas mise en avant dans la publicité initiale. Le consommateur croit acheter à une boutique de Lisbonne, Porto, Tampere ou à une maison d’édition chrétienne

occidentale ; il découvre l'Asie après le paiement, lorsque le colis tarde ou quand il cherche à le retourner. La tromperie sur la marchandise est alors facile à détecter. Elle tient à la scénographie : nom local, récit local, paiement local et origine logistique repoussée dans les détails ou révélée trop tard.

La manipulation industrialisée

Ces sites ne se contentent pas de présenter un produit. Ils organisent une séquence psychologique. L'entrée se fait par une inquiétude morale : l'enfant connaît les histoires bibliques, mais saurait-il défendre sa foi ? Le grand-parent aimant est invité à mesurer ce qu'il risque de ne pas transmettre. L'achat devient alors une preuve de responsabilité familiale.

LES MÉCANISMES DE VENTE DES RÉSEAUX

Cibler une peur intime La publicité part de la crainte qu'un enfant ou un petit-enfant abandonne la foi. Le produit est présenté comme la réponse à une urgence éducative et spirituelle.

Emprunter une identité rassurante Nom religieux, récit familial, prétendue grand-mère, boutique portant le nom d'une ville : l'acheteur reconnaît d'abord des codes de proximité.

Afficher une preuve sociale Témoignages intégrés, nombre de familles, enquête maison, stock prétendument écoulé et avis cinq étoiles créent l'impression que le risque a déjà été évalué par les autres.

Comprimer le temps Compte à rebours, remise permanente de 40 à 60 %, stock limité, livraison gratuite conditionnelle et cadeau supplémentaire réduisent le temps laissé à la vérification.

Augmenter le panier Le panier annonce qu'il suffit d'ajouter deux articles pour cumuler livraison offerte et remise additionnelle. Le client venu pour un cahier est poussé vers un lot.

Retarder le conflit Après paiement, le colis reste « en transit ». Tant qu'il voyage, le remboursement serait impossible. Des réponses courtoises et répétitives maintiennent l'espoir jusqu'à l'épuisement de la réclamation.

Recycler l'infrastructure Quand une marque accumule les plaintes, une nouvelle enseigne, une nouvelle langue ou une nouvelle catégorie de produit peut reprendre les pages, les outils et les audiences.

Une mécanique plus large que le livre

L'apparition de Primal Alpha montre que le cœur du système n'est vraisemblablement pas la théologie. C'est la capacité à identifier une vulnérabilité, produire rapidement une marque et un récit, acheter du trafic publicitaire, convertir l'émotion en commande et déléguer la fabrication ainsi que l'expédition. Pour le livre chrétien, la vulnérabilité est la transmission de la foi. Pour le complément alimentaire, elle devient la peur du vieillissement et de la perte de virilité.

Cette conclusion explique la continuité entre Bare Sneaks et Chemin de Foi. La compétence transférée n'est pas éditoriale ; elle est commerciale. Les mêmes techniques

fonctionnent avec des chaussures, des robes, des sacs, des cahiers bibliques ou des gélules. La marchandise change plus vite que l'architecture de vente.

Ce que les faits permettent de conclure

Nous n'avons pas établi l'existence d'une condamnation pénale visant l'ensemble de ces acteurs. Nous n'avons pas davantage prouvé que tous les avis positifs sont faux, que chaque ouvrage est contrefait ou que toutes les sociétés ont un bénéficiaire final commun. Une enquête sérieuse doit conserver ces limites.

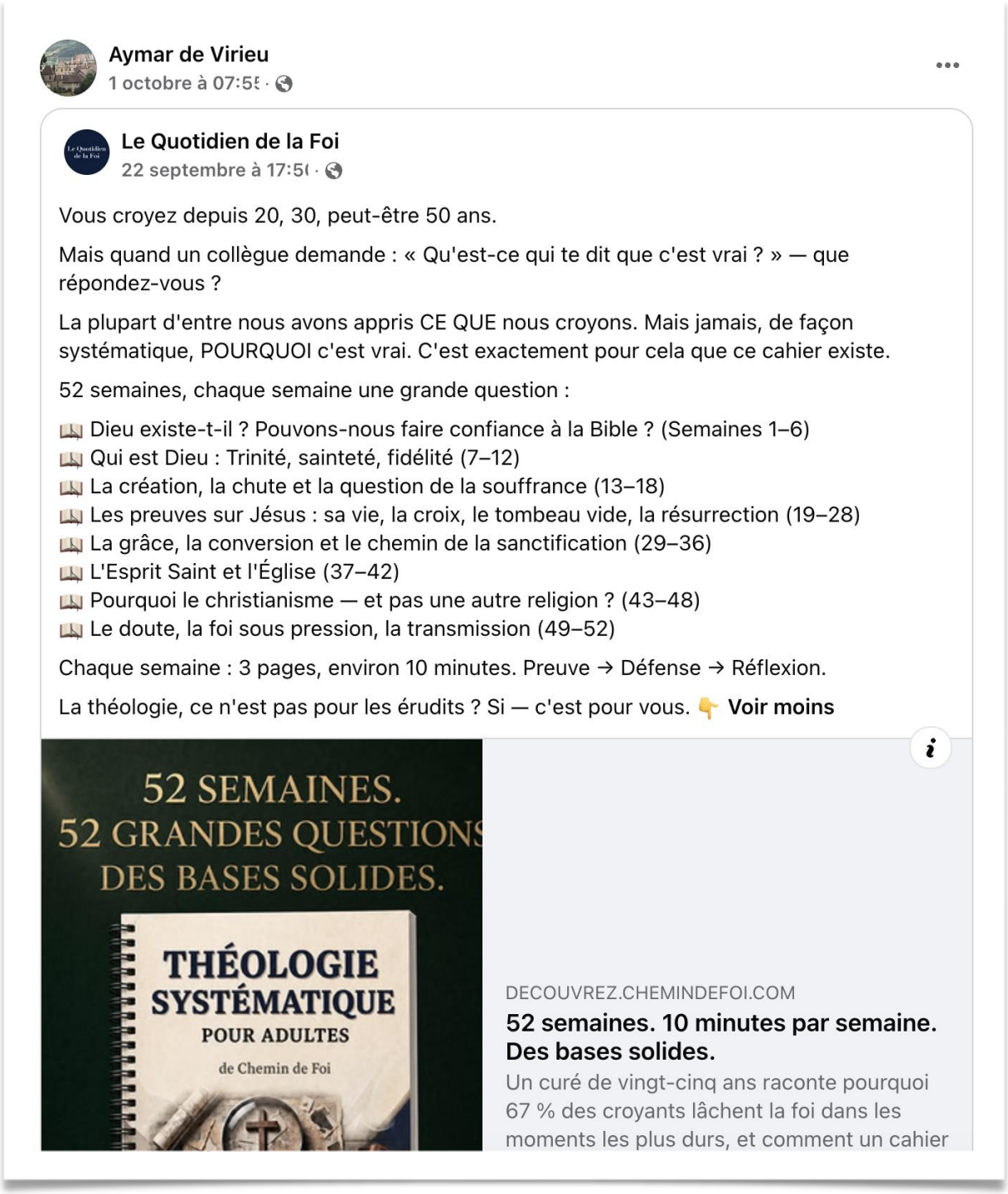
Les faits établis restent lourds : une ancienne boutique de chaussures réapparaît sous la forme d'une librairie religieuse, aucun auteur ou théologien responsable n'est nommé, plusieurs soi-disant témoignages et affirmations de preuve sociale sont manifestement faux et fabriqués, les marques se multiplient entre pays et sociétés, les mêmes plaintes se répètent, la provenance asiatique est découverte après l'achat et les données peuvent nourrir le reciblage marketing. Le consommateur ne voit jamais l'ensemble. C'est précisément la dispersion des indices qui protège le système.

À l'écran, il n'y a qu'un cahier, une promotion et la photographie d'une famille inquiète. Derrière, il y a une chaîne de boutiques, de sociétés, de prestataires, de comptes publicitaires et de flux logistiques. Notre enquête n'a pas découvert une maison d'édition maladroite. Elle a mis au jour une machine mondiale de commerce direct qui a choisi la foi catholique comme nouveau marché, et les grands-parents catholiques solvables et désireux de transmettre leur foi comme cibles idéales.

Sources principales

1. Trustpilot Valorrea
2. Trustpilot Geloofsweg
3. Shop Droga Wiary
4. Portal da Queixa Véla Porto
5. Portal da Queixa Moreira Boutique
6. Portal da Queixa Ondina Lisboa
7. Enquête Yle sur les boutiques finlandaises
8. Taloustaito sur DRX ecommerce
9. Enquêtes de Julie Neidlinger sur Valorrea
10. Mentions légales de Chemin de Foi
11. Conditions de Faith Path
12. Politique de confidentialité de Primal Alpha

Exemple de publicités Facebook (sponsorisées) repartagées par des faux comptes ou des personnes réelles abusées par les belles histoires





Eva Paca
Le 9 octobre à 10:13 ·

Le Quotidien de la Foi
11 septembre ·

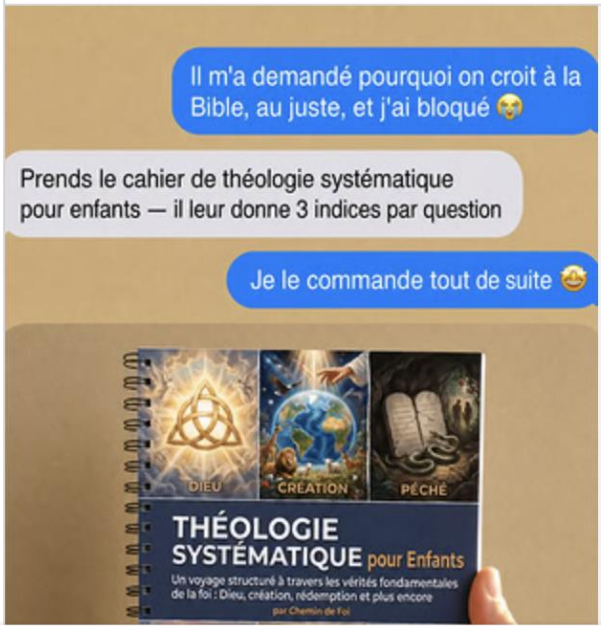
Votre enfant hausse les épaules à l'église ? Il demande « pourquoi on croit à ça, au juste ? » — et on lui sert une histoire au lieu d'une réponse ?

Le problème ne vient peut-être pas de votre éducation... il vient peut-être de la méthode. La plupart des supports pour enfants racontent des histoires bibliques — et font l'impasse sur les raisons pour lesquelles elles sont vraies.

Théologie systématique pour enfants enseigne le POURQUOI : 52 questions du détective, chacune avec 3 indices tirés de la Bible, de l'histoire et de la logique, et une réponse que votre enfant s'entraîne à dire à voix haute — 10 minutes par semaine, ensemble.

« C'est le premier qui ne lui a pas fait lever les yeux au ciel 😅 Ça l'a vraiment fait réfléchir. » — famille Johnson, 5★

50 % de réduction + garantie satisfait ou remboursé 90 jours



DECOUVREZ.CHEMINDEFOI.COM
8 ans d'histoires. 0 leçon sur le pourquoi.
52 questions. De vraies preuves.

Michel Lefèvre
28 août ·

Le cahier qu'il ouvre tout seul
15 minutes de messe et il décroche.
3 heures de Fortnite et il ne bouge pas.

Le problème, c'est pas lui. C'est le format.

52 semaines. 1 question. Il cherche les indices dans la Bible et il écrit sa propre réponse.

Le dimanche matin, c'est lui qui va chercher le cahier.
Voir moins

396

Exemple de contenu « belle histoire » qui touche les internautes, facilement partagé (malgré sa longueur):

Ma fille me demande depuis des mois de publier ça. J'ai toujours dit : ça, c'est une histoire de famille. Jusqu'à la semaine dernière, quand elle m'a dit : « Maman, ça pourrait épargner cinq ans à une autre famille. » Bon, d'accord.

Il y a six ans, ma fille a arrêté de croire en Dieu.

Je ne l'ai pas appris par elle. Je l'ai lu sur Instagram.

Un mardi soir, 22h47. Une publication, quatre mots :

« Enfin, je pense librement. »

Mathilde, c'était ce qu'on appelle l'enfant modèle de la paroisse.

Éveil à la foi. Première communion. Servante d'autel. Trois ans responsable des servants d'autel.

À 12 ans, elle savait réciter les 20 mystères du Rosaire. À l'endroit et à l'envers.

On a tout fait comme il fallait. La messe tous les dimanches. La prière avant les repas. Le signe de croix et la prière du soir avant d'aller au lit.

Si vous m'aviez demandé à l'époque si cette petite pouvait un jour perdre la foi — j'aurais ri.

Et puis il y a eu la première année de fac.

Quand je l'ai appelée après cette publication sur Instagram, elle ne s'est pas énervée. Elle m'a juste raconté. Calme. Presque douce.

Le cours « Introduction à la philosophie ». Troisième semaine.

Le prof n'était pas un méchant homme, m'a-t-elle dit. Pas un anti-chrétien. Il posait juste des questions.

« Comment savez-vous que Dieu existe ? »

« Parce que la Bible le dit. »

« Et comment savez-vous que la Bible dit vrai ? »

« Parce que c'est la Parole de Dieu. »

« Et comment savez-vous ça ? »

« Parce que… la Bible le dit. »

« Vous voyez que vous tournez en rond ? »

« J'étais assise là, maman, m'a-t-elle dit. 25 personnes me regardaient. 19 ans d'Église. D'innombrables homélies. Toutes les prières par cœur. Et je n'avais RIEN. »

Cette nuit-là, je n'ai pas dormi.

À deux heures du matin, je lisais tous les articles que je pouvais trouver sur la génération Z et la « déconstruction ».

Partout, le même schéma.

Anciens enfants de chœur. Première année de fac. Premier prof critique. Zéro réponse.

Pas parce qu'ils étaient rebelles.

Parce qu'on leur avait appris le QUOI. Mais personne ne leur avait appris le POURQUOI.

À un moment, cette nuit-là, je suis tombée sur le chiffre qui ne me lâche plus depuis :

73 % des enfants qui grandissent dans l'Église perdent la foi avant 23 ans.

Pendant 19 ans, on avait donné des réponses à Mathilde. Mais pas une seule raison.

Pendant cinq ans, elle s'est tenue à l'écart.

Cinq ans de Noëls à serrer les dents. Cinq ans à prier pour elle à la messe tous les dimanches, pendant qu'elle faisait la grasse matinée.

Son cierge de première communion est resté tout ce temps sur le rebord de la fenêtre, dans son ancienne chambre. Je n'arrivais pas à le ranger.

Et tous les dimanches, notre petit dernier, Gabriel, était assis à côté de moi sur le banc et dessinait sur sa feuille paroissiale.

Un matin, je le regardais faire et j'ai eu froid dans le dos.
Je ne voyais pas mon fils. Je voyais Mathilde, 15 ans plus tôt.
Cet après-midi-là, je l'ai testé.
« Gabriel, pourquoi tu crois que la Bible est vraie ? »
« Parce que… c'est la Parole de Dieu ? »
« Et comment tu le sais ? »
« Parce que la Bible le dit ? »
Le même cercle. La même maison bâtie sur le sable.
Ça fait 26 ans que je suis catéchiste et que je prépare les enfants à la première communion. J'ai des placards remplis de matériel — des fiches de bricolage, des cahiers de jeux, des coloriages.
Et là, j'ai compris : rien de tout ça n'aurait sauvé Mathilde.
Il y a deux ans, je me suis retrouvée dans la librairie d'une abbaye, devant le rayon apologétique.
C.S. Lewis. Peter Kreeft. Tout ça, bien trop difficile pour un enfant de 9 ans.
C'est là que j'ai entendu une conversation dans l'allée d'à côté.
Un père et son fils, 14 ans peut-être.
« Alors — si quelqu'un te dit que Jésus, c'est juste une copie d'autres religions, tu lui réponds quoi ? »
Le garçon n'a pas hésité une seconde.
« Que les preuves des manuscrits montrent que l'histoire de Jésus est venue en premier. Et que les mythes de dieux qui meurent sont différents sur six points importants. On a vu ça à la semaine 19. »
Je suis allée les voir et j'ai demandé ce qu'ils étudiaient.
Le père a levé un cahier d'activités.
Théologie systématique : cahier d'activités de 52 semaines pour enfants.
Pas encore plus d'histoires. Pas de coloriages.
De vrais arguments. Semaine après semaine.
J'étais sceptique. En 26 ans, j'en ai vu passer, du matériel.
Mais j'ai ouvert la leçon 1, là, sur place.
« Comment savons-nous que Dieu existe ? »
Pas « parce que la Bible le dit ».
L'argument cosmologique. Avec des mots qu'un enfant comprend — et une logique qui tient la route face à un adulte.
Je l'ai acheté avant de sortir du magasin.
Le dimanche suivant, après la messe, je me suis assise avec Gabriel à la table de la cuisine. Leçon 1.
Il s'est penché en avant.
« Attends — TOUT ce qui a un début a besoin d'une cause ? Même l'univers ? »
On a passé une heure et 14 minutes sur cette seule leçon. Il a posé neuf questions.
Pas des questions du genre « c'est quoi la réponse ». Des questions du genre « comment ça marche ».
De la vraie réflexion.
Au bout de deux semaines, il s'est mis à argumenter avec moi au dîner. Pas par insolence. Sur des questions de théologie.
Semaine 5, il est venu me voir, frustré : « Maman, je bloque sur le problème du mal. Le libre arbitre, je comprends — mais les catastrophes naturelles, alors ? »
Il se débattait avec ça. Il ne se contentait pas d'accepter.
Semaine 8, pendant un repas de famille, mon frère — agnostique, l'esprit vif — a lâché que la Bible avait été « écrite par des hommes ».
Avant que j'aie pu ouvrir la bouche, Gabriel a dit :

« Oncle Didier, tu connais les preuves des manuscrits ? Du Nouveau Testament, on a plus de 5 000 copies en grec. Plus que pour n'importe quel autre texte antique. Si tu ne fais pas confiance à la Bible, tu ne peux pas non plus faire confiance à Jules César. »
Mon frère l'a dévisagé. Moi aussi.
Et puis il y a eu Noël dernier.
Pour la première fois depuis des années, Mathilde est restée plus de deux heures à notre table de cuisine.
Au bénédicité, elle n'a pas pu s'empêcher de faire une remarque :
« Vous savez qu'il n'y a pas une seule preuve de l'existence de Dieu ? »
Avant, ça jetait un froid.
Cette fois, Gabriel a posé sa fourchette.
« Si. Tu veux qu'on commence par l'argument cosmologique ou par la Résurrection ? »
Elle a ri. Pas lui.
Alors ma fille, avec tous ses diplômes, a fait passer un interrogatoire en règle à son petit frère de 11 ans.
Avec exactement les questions qui l'avaient démolie à 19 ans.
Il a répondu à chacune d'entre elles.
Les manuscrits. Le tombeau vide. « Explique-moi le tombeau vide avec une explication qui ne s'écroule pas face aux autres faits. J'attends. »
Il y a eu un grand silence autour de la table.
Puis Mathilde a demandé tout bas : « Tu as appris tout ça où ? »
Gabriel a haussé les épaules et il est allé chercher son cahier dans sa chambre.
« Maman le fait avec moi tous les dimanches. On en est à la semaine 31. »
Cette nuit-là, la lumière est restée allumée dans l'ancienne chambre de Mathilde. À trois heures du matin, je voyais encore la lueur sous la porte.
Elle était assise par terre dans sa chambre d'enfant, en train de lire le cahier de son petit frère.
Le lendemain matin, elle a demandé si elle pouvait l'emporter.
Ensuite, elle a fait les 52 semaines elle-même. À 24 ans. Seule, à sa propre table de cuisine.
Quelque part entre la semaine 7 — les preuves de la Résurrection — et la semaine 19, elle a prié pour la première fois depuis cinq ans.
Le mois dernier, elle était de nouveau à table avec nous.
Cette fois, c'est ELLE qui a dit le bénédicité.
J'ai pleuré. Encore une fois. Mais pas de la même façon.
Pourquoi je raconte tout ça, alors qu'au fond ça ne regarde personne ?
Parce que vous en êtes sans doute là où j'en étais il y a six ans.
Votre enfant vient avec vous à la messe du dimanche. Il prie avant les repas. Il sait très bien expliquer CE QU'il croit.
Ce soir, posez-lui une seule question :
« Pourquoi tu crois que c'est vrai ? »
Si la réponse tourne en rond — « parce que la Bible le dit », « parce que c'est ce qu'on croit » — alors votre enfant a exactement ce qu'avait Mathilde.
Une maison bâtie sur le sable. Elle a l'air magnifique. Jusqu'à la troisième semaine de première année de fac.
Ces 73 %, ce n'est pas une statistique sur les mauvaises familles. Ce sont des familles comme la mienne. Comme la vôtre.
La différence entre mes deux enfants, ce n'est pas l'éducation. Ils ont reçu la même.
La différence, c'est un cahier d'activités et une heure le dimanche.

Et avant de commander n'importe quel matériel chrétien pour enfants : encore plus d'histoires et de coloriages ne régleront pas le problème. Mathilde en a eu pendant 19 ans. Et les gros livres d'apologétique sont illisibles pour des enfants.
C'est le seul matériel que j'aie vu en 26 ans de catéchisme qui donne aux enfants de vraies RAISONS — semaine après semaine, une heure le dimanche.
Gabriel entrera dans un amphi, comme Mathilde. Le même prof sera là, ou un autre comme lui. Les trois mêmes questions.
Mais Gabriel, lui, ne tournera pas en rond.
Il se penchera en avant et il dira : « Bonne question. On commence par l'argument cosmologique ? »
De toute façon, on posera ces questions à votre enfant. Dans la cour de récré, en classe, sur TikTok.
La seule question, c'est de savoir s'il aura des réponses ce jour-là.
Mathilde n'en avait pas. Ça nous a coûté cinq ans.
Théologie systématique : cahier d'activités de 52 semaines pour enfants.
N'attendez pas de le lire sur Instagram.
— Christelle
Maman de Mathilde