



ECONOMIE DE COMMUNION
Mouvement des Focolari

IPLH Institut Politique Léon Harmel
Établissement Privé d'Enseignement Supérieur

Regards sur l'économie de communion : six points spécifiques

Par Luigino Bruni
Economiste, Institut Universitaire Sophia, Florence

“Les biens les plus précieux doivent être non pas
cherchés, mais attendus. Car l’homme ne peut les
trouver avec ses seules forces, et, s’il se met à les
chercher, il trouvera à leur place de faux biens dont il
ne saura même pas reconnaître la fausseté.”
(Weil, *Attente de Dieu*)

1. Dichotomies. La pensée, la culture et la pratique de l’Occident traînent derrière elles, depuis des millénaires, des dichotomies qui ont marqué tout son développement. Peut-être ont-elles produit quelques fruits, mais elles ont aussi créé de nombreux problèmes dans la vie des gens. Les plus connues sont les dichotomies âme-corps, charité-justice, spirituel-matériel, foi-raison, éros-agapè, don-marché. Elles remontent surtout à la matrice grecque sur laquelle s’est formée l’éthique occidentale. Quelques-unes de ces oppositions ont commencé à être dépassées ou du moins à s’atténuer depuis quelques siècles (je pense, par exemple, à l’opposition âme-corps), tandis que d’autres restent bien ancrées dans notre culture, comme celle qui oppose **le don au marché, la gratuité à l’économie**. Les conséquences d’une telle dichotomie sont graves, car elles incitent à penser la gratuité comme une affaire totalement étrangère à la vie économique normale, et à créer des lieux détenant le “monopole” de la gratuité, des secteurs de spécialistes de la gratuité, tels que le non-lucratif, le bénévolat ou la philanthropie. En confiant le monopole de la gratuité à ces secteurs de la vie économique et sociale, on l’expulse de la vie ordinaire, des entreprises normales, des marchés sur lesquels on travaille quotidiennement, et de la vie sociale en général. On déclare alors que le don ne doit pas être contaminé par des pratiques mercantiles, et que le marché ne doit pas être affaibli et dénaturé par des pratiques de don. Cela nuirait, dit-on, à l’un et l’autre de ces deux mondes, qui ne pourraient fonctionner que s’ils sont tenus à distance, séparés par une cloison étanche. Or, on constate que cette séparation stérilise l’un et l’autre, le monde du don comme celui du marché. La créativité et la fécondité sont en effet des expressions de la variété, de la biodiversité, de la promiscuité et de la contamination entre des réalités différentes, et quand le marché s’auto-immunise contre le surplus anthropologique que constitue la gratuité, il devient simple jeu spéculatif et non plus lieu d’innovation véritable. Et – autre côté de la médaille – quand le don se tient à l’écart des contrats, il combat, comme des ennemis, la réciprocité incluse dans l’échange mercantile et le devoir exprimé par les règles. Ceci entraîne alors une conséquence grave : la gratuité est assimilée à un don fait pour rien, à un rabais, à un don exceptionnel, à un don

de superflu. On en vient ainsi très vite à l'idée de donner quelque chose dont on n'a pas besoin, et qui est même éventuellement inutile. Le vrai drame, cependant, c'est que nous parvenons de mieux en mieux à maintenir une séparation entre le don et le marché. Nous tendons de plus en plus à créer, d'une part, des marchés dénués de toute trace de gratuité, et, d'autre part, des lieux de "gratuité" de moins en moins en rapport avec la vie économique et sociale, parce qu'ils sont isolés dans de petites oasis protégées, considérées comme n'ayant aucune utilité pour les dynamiques ordinaires de la vie économique. Ce don gratuit risque ainsi de devenir le petit verre de bénédictine au festin de notre société opulente. Cette nécessité de dépasser la dichotomie don/contrat est aussi l'un des messages principaux de l'encyclique de Benoît XVI "Caritas in veritate", qui cite, et ce n'est pas un hasard, l'économie de communion (n° 46) comme une expérience à développer et à soutenir.

2 . Gratuité. L'Économie de communion tente de surmonter, dans la pratique puis dans la réflexion, la dichotomie et l'opposition entre don et contrat. Elle propose en effet la pratique de la culture du don au sein des dynamiques ordinaires de l'entreprise, et au sein de la macro et de la micro économie. Comment le fait-elle ? J'indiquerai seulement quelques pistes. Les entreprises de l'Économie de communion, et tout le peuple qui partage cette même culture, ne renvoient pas les pratiques du don et de la réciprocité à leur vie privée, après le travail. Bien au contraire, ils en font le mur porteur de leur pratique normale dans les affaires. La gratuité s'exprime aussi dans le fait de consacrer à la création de projets de développement une partie significative des bénéfices. Mais, encore avant, la gratuité/agapè se manifeste dans la "façon" dont on vit les rapports professionnels ordinaires, les rapports avec les fournisseurs, les salariés, les concurrents. L'Économie de communion dit et rappelle à tous que la gratuité/don n'est pas seulement ni principalement l'heure de travail supplémentaire effectuée mais non payée et donnée par le salarié. C'est une façon de vivre les huit heures ordinaires de travail : c'est **la gratuité incluse dans la vie ordinaire et dans l'accomplissement de son devoir.**

Voici une expérience à ce sujet : À Montevideo, il y a quelques années, il y avait un petit groupe de femmes qui vivaient en demandant l'aumône devant des supermarchés. Une entreprise de l'Économie de communion vint s'installer, et démarra un projet de développement avec ces femmes, et on créa des coopératives de production artisanale de napperons brodés. Puis, un jour, ces femmes, en allant vendre les napperons qu'elles avaient brodés, se retrouvèrent justement en face de ces supermarchés, là où, pendant des années, elles avaient demandé l'aumône, des « dons ». Les premiers jours, les gens continuaient à leur donner une aumône en argent, mais refusaient les napperons. Puis, un jour, l'une d'elle dit : « Si vous ne prenez pas le napperon, nous ne prendrons pas l'argent. » Même le fait de reconnaître un contrat (au lieu d'une aumône) peut exprimer la gratuité, la reconnaissance de l'autre, la réciprocité.

La gratuité a donc une grande valeur, y compris sur le plan économique. Cette raison suffirait à elle seule pour nous faire comprendre pourquoi l'économie ne devrait pas l'ignorer, comme elle fait habituellement. Pour mesurer la valeur de la gratuité, il suffit de penser que si l'amitié, l'amour, la prière et la beauté sont les biens les plus précieux de notre vie, c'est précisément parce qu'ils sont essentiellement *une affaire de gratuité*. En effet, c'est la gratuité qui distingue un ami « véritable » d'un « ami » opportuniste. C'est la gratuité au sein d'une famille qui fait qu'elle ne se confond pas avec un lieu d'échanges de biens et de services. C'est elle qui fait qu'une œuvre d'art n'est pas une simple marchandise, et c'est elle encore qui distingue la prière de la magie ou de la superstition. Nous savons tous ce qu'est la gratuité sur le plan de l'expérience concrète. Nous la recherchons tous et, surtout, nous souffrons quand nous ne la trouvons plus en nous-mêmes ou chez les autres, ou quand nous constatons qu'elle est trahie. La gratuité véritable me met face à l'autre sans médiateur, elle me rend vulnérable, car elle se situe en-deçà de tout

calcul d'équivalences et, contrairement au contrat, la gratuité trahie ne peut être compensée par de l'argent, ni garantie par la loi. C'est aussi pour cette raison que la société moderne a expulsé la gratuité des marchés et du monde économique, en se rabattant sur des catégories plus anodines et plus maniables, telles que la philanthropie, l'altruisme, les donations, les cadeaux, les gadgets, les rabais.... La gratuité, en revanche, est tout autre. Ce n'est pas un "contenu" d'une action ou un "que faire", mais une manière de faire, un "comment" agir, qui peut et doit aussi accompagner le contrat ou l'accomplissement d'un devoir. L'écrivain Primo Lévi cite un souvenir de son expérience dans un camp de concentration nazi. Il écrit ceci : « Mais à Auschwitz, j'ai souvent remarqué un phénomène curieux : le besoin du "travail bien fait" est tellement ancré qu'il pousse à bien faire même un travail imposé, un travail d'esclave. Le maçon qui m'a sauvé la vie en m'apportant de la nourriture en cachette pendant six mois, détestait les Allemands, leur nourriture, leur langue, leur guerre. Mais quand ils lui faisaient construire des murs, il les faisait droits et solides, non pas par obéissance mais par dignité. »¹. Monter « un mur droit » par dignité, c'est une expression de la gratuité, de cet art qu'est la gratuité, parce que cela revient à dire que chez les autres, en soi, dans la nature et même dans un « mur », il y a une valeur intrinsèque qui doit être reconnue, servie et mise à profit.

3 . Charisme. Gratuité vient du grec "*charis*", d'où vient également le mot charisme. L'Économie de communion tire en effet son origine d'un charisme, le charisme de l'unité du Mouvement des Focolari de Chiara Lubich. Un charisme est l'expression de ce que le théologien U. Von Balthasar appelait le « profil charismatique de l'Église », aussi essentiel que le charisme hiérarchique. La dynamique institution/charisme s'applique également à la vie sociale et économique. Lire la vie économique comme un dialogue entre charisme et institution permet de dire des choses nouvelles et originales, et de comprendre des dimensions de la vie économique qui, autrement, restent trop dans l'ombre de l'histoire². Là où un charisme s'exerce dans la vie économique et sociale, on retrouve la marque de la gratuité, on constate les innovations les plus importantes sur le plan de l'humain, parce que le charisme est surtout le don d'« un autre regard » qui permet de voir des choses que les autres ne voient pas, des choses belles et fascinantes là où les autres ne voient que des problèmes. Le charisme innove (dans le langage de Schumpeter), et l'institution suit et universalise. L'Économie de communion avance dans le monde à cause de ces centaines ou de ces milliers de gens (entrepreneurs, salariés, citoyens, pauvres), qui, parce qu'ils sont animés par ce *charis*, sont capables de voir plus loin, de voir autrement, de saisir des opportunités, des chances. L'innovation est une question de regard.

4 . Entreprise. L'Économie de communion rappelle que l'entreprise doit être avant tout un instrument et un lien d'inclusion et de communion, et que c'est *au moment même* où elle produit des richesses (et non pas après) qu'elle s'occupe aussi de redistribuer ces richesses, et s'occupe donc de justice. Si nous voulons voir se développer la démocratie économique et la justice de redistribution, nous ne pouvons pas et nous ne devons pas trop nous en remettre aux États ou aux gouvernements. Aujourd'hui, c'est l'entreprise elle-même, encouragée par la société civile et par les citoyens du monde, qui doit évoluer et s'occuper de choses nouvelles, de ces *nouvelles réalités* d'une économie et d'une société globalisées dans lesquelles nous vivons. Cela aussi est l'expression du principe de subsidiarité. L'entreprise ne peut pas se contenter d'agir dans les limites de la loi, payer ses impôts (quand elle les paie), et faire un peu de philanthropie, éventuellement pour s'attirer les bonnes grâces de ses clients. Dans cette étape nouvelle, il est demandé beaucoup plus à l'entreprise, si nous voulons que la société considère l'entreprise et l'économie comme

¹ "L'uomo salvato dal suo mestiere. Intervista di Philip Roth a Primo Levi", in Primo Levi. *Conversazioni e interviste*, dirigé par Belpoliti M., Einaudi, Turin, 1997, p.85.e

² J'ai traité du "profil charismatique" de l'économie dans un livre écrit avec Alessandra Smerilli, *Benedetta Economia* (Cittanuova, Rome 2008).

amies du bien commun. L'Économie de communion rappelle à toutes les entreprises la nécessité de devenir autre, afin que l'arbre si fragile de la démocratie ne soit pas menacé par l'économie financière et mondialisée, mais aussi pour que, là où c'est possible, l'économie soit *ancilla democratiae*, servante de la démocratie, et donc une économie de communion. En cette période de crise, il faut avoir le courage de ses opinions pour remettre en question les rapports de production, la logique et la nature de l'entreprise et du profit (sommes-nous certains que la recherche du plus grand profit soit vraiment la raison d'être de l'entreprise ?) Si l'entreprise, qui est la principale institution de l'économie capitaliste, n'évolue pas vers autre chose, on ne peut pas rêver d'une économie fraternelle ni d'un monde fraternel.

5 . Pauvreté. L'Économie de communion sait, de par sa vocation et de par son expérience de vingt ans, que le don (en argent, en temps, en ressources...) n'est pas suffisant pour libérer les personnes des pièges de l'exclusion créée par une pauvreté subie. La réciprocité est nécessaire, car si elle est absente, même un don fait avec les meilleures intentions peut se traduire par un rapport de pouvoir ou de dépendance. Tant que celui à qui l'on vient en aide ne répond pas librement, il n'y a pas de réciprocité, et il n'y a donc pas de communion. Il arrive même souvent que l'entrepreneur ou la personne qui aide par de l'argent ou par des projets, cette personne, avant même d'aider le « pauvre », expérimente concrètement que l'autre qu'elle voudrait aider, c'est elle-même dans sa démarche de don, et l'aide qu'elle offre est alors déjà une réponse de réciprocité. Si nous ne sentons pas que l'autre nous fait du bien tandis que nous essayons de l'aider, cette aide que nous lui donnons produit rarement un authentique développement humain intégral. Les entrepreneurs et les acteurs de l'Économie de communion ne peuvent rester tranquilles tant qu'une personne défavorisée, dans l'entreprise ou à l'extérieur, n'est pas mise en condition de sentir qu'elle aussi est un don et une aide pour les autres, dans une réciprocité substantielle où tous donnent et tous reçoivent. Quand cela ne se réalise pas, on tombe inévitablement dans un paternalisme qui fait peut-être plus plaisir à la personne qui donne, mais qui arrive rarement à libérer la personne défavorisée des pièges qui l'emprisonnent. L'Économie de communion sait que la première façon de guérir les pauvretés, c'est la réciprocité, et c'est sur ce principe (dérivé de la spiritualité et du charisme qui lui a donné naissance) qu'elle élabore des projets de développement et des opérations d'aide, au niveau local et international.

6 . Justice. Nous vivons des années difficiles, dans cette première grande crise économique et financière de l'ère de la mondialisation. Il y a un message que nous pouvons déjà recueillir de ces temps de crise : l'économie capitaliste globalisée crée d'énormes opportunités pour la création de richesses, mais elle produit aussi de nouveaux coûts, entre autres une incertitude fondamentale et une fragilité des systèmes financiers, et des déséquilibres sociaux plus forts. Les crises seront une partie structurelle du système que nous sommes en train de créer ; elles seront la règle et non pas l'exception, car c'est le prix que nous devons payer à la nouvelle économie financière. Cela posera de sérieux problèmes d'ordre éthique et sur le plan de la justice, car ce sont rarement les personnes et les secteurs responsables des crises qui en paient les conséquences : ce sont souvent les autres et, généralement, les plus pauvres. Voilà pourquoi le thème de la justice sociale est aujourd'hui le thème dominant de la nouvelle économie. Nous le voyons au Moyen-Orient (n'oublions pas que la révolution de ces derniers mois a été déclenchée par des problèmes de justice économique). Je crois que nous le verrons davantage encore, au cours des prochaines années, dans les pays arabes mais aussi en Chine et en Inde. Quand les libertés individuelles auront pris le dessus, les énormes inégalités, que l'on trouve aujourd'hui dans ces nouveaux colosses, ne seront plus tolérées. Je suis convaincu qu'un rejet croissant des inégalités est actuellement en marche dans le monde, tant à l'intérieur des pays qu'entre les pays. Je crois qu'après la démocratie politique, l'homme postmoderne, informé et mondialisé, commence à réclamer sérieusement la démocratie économique. Il semble avoir

compris, péniblement et avec un certain retard, que la démocratie économique est une part essentielle de la démocratie politique. Le marché est en effet un domaine de la vie en commun régi par la règle d'or de l'avantage mutuel, et ne parvient donc pas à assurer la justice distributive. En un certain sens, le marché, s'il n'est pas accompagné par d'autres principes et d'autres institutions également essentielles, finit avec le temps par accroître les inégalités. D'une part, le marché est le lieu où s'exerce la liberté et la créativité fondée sur les talents individuels, et les talents ne sont pas répartis uniformément dans la population. D'autre part, dans la compétition du marché, tous ne sont pas sur la même ligne de départ, et celui qui a davantage (en ressources, en instruction, en opportunités...) a toutes les chances d'avoir davantage encore à l'avenir. Dans la culture qui domine aujourd'hui, l'Économie de communion peut et doit être un lieu de résistance dans lequel chaque entreprise peut être une oasis (mais pas une île), comme le furent les abbayes du moyen-âge, un lieu où beaucoup pourront retrouver espoir et où sera préservé l'ADN de la gratuité. Dans un monde où tout ou presque s'achète avec de l'argent, l'argent tend à devenir un absolu. Dans ce monde de l'avoir, rappeler et vivre la culture du don et de la gratuité a alors une grande valeur, non seulement en termes économiques, mais en termes de résistance culturelle, d'espérance concrète, d'amour de l'humanité, celle d'aujourd'hui comme celle de demain.