

(Transcription)

POUR UNE ECONOMIE DE COMMUNION

Extrait du cours magistral du 29 janvier 1999 au siège de l'Université Catholique du « Sacré Cœur », à l'occasion de la remise du doctorat honoris causa en économie.

Ce qui est propre à notre mouvement est ce qu'on appelle " l'Économie de communion " dans la liberté, une expérience qui se situe dans le cadre de l'Économie solidaire.

C'est une application de la spiritualité de l'unité à la vie économique et dont la profondeur et la complexité ne peuvent être comprises qu'à la lumière de la conception de l'homme et des rapports sociaux propres à cette spiritualité.

Elle a vu le jour au Brésil en 1991.

Le mouvement, arrivé là-bas en 1958, s'est diffusé dans tous les États de ce grand pays, et compte des membres de toutes les catégories sociales.

Or depuis quelques années j'avais constaté qu'il était difficile de subvenir aux nécessités de première urgence de certains de nos membres, malgré la pratique de la mise en commun des biens, à cause de la grande expansion du mouvement dans ce pays (environ 250 000 personnes).

J'ai compris alors que Dieu demandait à notre mouvement quelque chose de plus et de nouveau.

Sans être spécialiste en économie, j'ai pensé que certains de nos membres pouvaient faire naître des entreprises, pour exploiter les capacités et les ressources de tous afin de produire ensemble des biens en faveur de ceux qui étaient dans le besoin.

Leur gestion pouvait être confiée à des spécialistes, pour que la bonne marche en soit assurée et qu'on puisse en retirer des bénéfices.

Ces derniers allaient être mis librement en commun.

Une partie serait destinée à aider les pauvres - comme le fit la première communauté chrétienne - et à leur donner de quoi vivre, jusqu'à ce qu'ils trouvent un travail. Une partie pour développer des lieux de formation des " hommes nouveaux " (selon l'expression de saint Paul), c'est-à-dire des hommes et des femmes capables, par l'amour chrétien qui les anime, de vivre ce que nous appelons la " culture du don ". Une partie, bien sûr, allait être destinée au développement de l'entreprise elle-même.

Nos petites cités-pilotes (une vingtaine dans le monde) - qui veulent être une forme moderne de vie sociale avec les multiples expressions de la vie - réclament à côté des autres structures (- écoles de formation, maisons pour les familles, église, artisanat et autres pour la subsistance des habitants -) la présence des entreprises. Il a été prévu d'y aménager une véritable zone industrielle à cet effet.

L'idée fut accueillie avec enthousiasme, non seulement au Brésil et en Amérique latine, mais en Europe et ailleurs dans le monde.

Des nouvelles entreprises sont nées, tandis que d'autres déjà existantes modifiaient leur style de gestion, pour pouvoir adhérer au projet.

654 entreprises ont adhéré à ce projet, ainsi que 91 micro-entreprises. Elles sont implantées en plus de 30 pays, et touchent les différents secteurs économiques : 164 le commerce, 189 l'industrie, et 301 les autres services.

L'expérience de l'" Économie de communion ", avec les traits caractéristiques qui dérivent de la spiritualité dont elle est issue, se situe dans la ligne des nombreuses initiatives individuelles et collectives qui s'efforcent continuellement d'" humaniser l'économie ". Elle est aussi dans la ligne des entrepreneurs et travailleurs - nombreux quoique peu connus - qui conçoivent et vivent leur activité économique comme quelque chose de plus et de différent de la pure recherche d'un avantage matériel.

En effet, comme pour d'autres réalités économiques animées de motivations idéales, les adhérents au projet - entrepreneurs, dirigeants, salariés, et en général tous les agents de l'entreprise - s'engagent en premier lieu à donner la place d'honneur, dans tous les aspects de leur activité, aux exigences et aux aspirations de la personne et au bien commun. En particulier ils s'efforcent :

- d'instaurer des rapports loyaux et respectueux, animés d'un sincère esprit de service et de collaboration, avec les clients, fournisseurs, l'administration publique, ainsi qu'avec les concurrents ;
- de valoriser les employés, les informant et les faisant participer à la gestion de diverses façons ;
- de maintenir une ligne de conduite de l'entreprise inspirée du respect de la légalité ;
- d'avoir soin tout spécialement de l'ergonomie et de l'environnement, quitte à faire des investissements élevés.
- de collaborer avec les entreprises et les acteurs sociaux présents sur le terrain, ainsi qu'avec la communauté internationale, dont ils sont solidaires.

Le projet " Économie de communion " présente aussi quelques traits caractéristiques qui nous semblent significatifs car ils dérivent de la conception du monde propre à notre spiritualité :

1. Les acteurs des entreprises " d'Économie de communion " s'efforcent d'appliquer dans le contexte d'une entreprise de production dont ils respectent les exigences spécifiques, le comportement qu'ils ont dans le reste de leur vie. Nous croyons, en effet, qu'il est nécessaire de faire passer les valeurs auxquelles on croit dans tous les rouages de la vie sociale et économique, pour que celle-ci puisse devenir elle aussi un lieu de croissance humaine et spirituelle.

2. L'Économie de communion propose à des entreprises qui sont, par leur nature, orientées à la recherche du profit, des comportements inspirés de la gratuité, la solidarité et l'attention aux laissés-pour-compte, typiques des organisations sans but lucratif. L'Économie de communion n'est pas une nouvelle forme d'entreprise, qui s'ajouterait aux formes existantes ; elle a plutôt pour objectif de transformer de l'intérieur les structures d'entreprise courantes (sociétés par actions, coopératives, ou autres), en organisant les communications intérieures et extérieures à partir d'un style de vie inspiré de la communion ; cela dans le plein respect des valeurs authentiques de l'entreprise et du marché soulignées par la doctrine sociale de l'Église et notamment par Jean-Paul II dans la *Centesimus Annus*.

3. Les personnes en difficulté économique, destinataires d'une partie des bénéfices, ne sont pas considérées simplement comme des " assistés " ou " bénéficiaires " de l'entreprise. Ce sont des membres essentiels du projet, auquel ils participent en faisant don de leurs besoins. Eux aussi vivent la " culture du don ". Beaucoup d'entre eux, en effet, dès qu'ils parviennent à un minimum d'indépendance économique, renoncent à l'aide allouée, et il n'est pas rare qu'ils partagent le peu qu'ils ont. Tout cela parce que l'Économie de communion, tout en soulignant la culture du don, ne met pas l'accent sur la philanthropie mais plutôt sur le partage, où l'on reçoit et l'on donne, avec la même dignité, dans le cadre d'une relation essentielle de réciprocité.

4. Les entreprises de l'Économie de communion, qui peuvent compter sur une entente profonde entre leurs dirigeants, sont en outre insérées dans un projet plus vaste. Les bénéfices sont mis en commun parce qu'on vit déjà une expérience de communion. C'est pourquoi les entreprises, comme je l'ai dit, se développent dans des " zones industrielles " situées à proximité des cités-pilotes du mouvement, ou leur sont reliées idéalement, si elles en sont géographiquement distantes.

Beaucoup s'interrogent : comment peuvent résister sur le marché des entreprises aussi attentives aux exigences de tous les acteurs avec lesquels elles sont en contact et au bien de la société ?

L'esprit qui les anime les aide assurément à dépasser les oppositions internes qui entravent et même paralysent les organisations humaines. En outre, leur manière d'agir attire la confiance et la bienveillance des clients, des fournisseurs, des banquiers.

Il ne faut pas oublier un autre élément essentiel, la Providence, qui n'a cessé d'accompagner le développement de l'Économie de communion pendant toutes ces années. Dans les entreprises de l'Économie de communion on prévoit que Dieu puisse intervenir, jusque dans l'activité économique concrète. Et on peut toucher du doigt qu'en agissant à contre-courant - ce qui est déconseillé dans le monde des affaires - Dieu ne nous refuse pas le centuple promis par Jésus : une entrée d'argent exceptionnelle, une chance à saisir, une nouvelle collaboration, l'idée d'un produit à succès.

Voici, brièvement, ce qu'est l'Économie de communion.

Quand j'en ai proposé l'idée, j'étais loin d'avoir une théorie en tête. Cependant j'ai pu constater qu'elle attirait l'attention d'économistes, de sociologues, de philosophes ainsi que d'experts d'autres disciplines, qui trouvent dans cette expérience nouvelle et dans les idées qui la sous-tendent, quelque chose d'intéressant qui dépasse le mouvement au sein duquel elle a vu le jour.

En particulier, la vision trinitaire des rapports interpersonnels et sociaux, qui sous-tend l'Économie de communion, est considérée par certains comme un nouveau paradigme qui pourrait enrichir la compréhension des interactions économiques, et contribuer à dépasser la conception individualiste qui prédomine aujourd'hui dans la science économique¹.

¹ (*NuUm*, 21 [1999/1], 121, pp. 7-18)