



Par Marc Reynaud,
Membre de la Commission nationale de l'économie de communion,
aménageur et développeur

15 Déc 2024

DOSSIER

Pour une anthropologie de l'économie de Communion *Une vision positive de l'homme*

Thèse : Pas de théorie économique sans hypothèse de comportements des acteurs

« En économie, tout est comportement ». L'économie de communion reprends à on compte cette affirmation de l'économiste Michaël E. Porter qui rappelle, s'il en était besoin, que toute théorie économique est fondée, de façon implicite ou explicite, sur une pensée philosophique et, plus particulièrement sur une vision anthropologique. Pour répondre à l'appel de Chiara Lubich en 2001, à l'occasion de l'anniversaire des 10 ans de l'économie de communion, à faire émerger une théorie économique nouvelle. Citons ses propres propos : *« il faut que [l'économie de communion] devienne une science à laquelle s'attellent des économistes compétents, capables de bâtir la théorie et la pratique, et d'établir une théorie qui se compare à d'autres théories économiques. Elle doit susciter une école de pensée de laquelle beaucoup devraient pouvoir s'inspirer¹ ».*

Il est donc nécessaire de définir au préalable notre propre vision anthropologique, c'est-à-dire nos hypothèses de comportements au sein même de l'acte économique. Ce manifeste veut donc promouvoir une anthropologie nouvelle fondement d'une économie de communion, alternative à l'économie telle qu'elle est pratiquée aujourd'hui dans le cadre de la mondialisation. Notre vision s'est nourri des travaux de nombreux auteurs. En particulier ceux du Professeur d'histoire de l'économie Luigino Bruni² que l'on retrouve dans de nombreux passages du texte et qui structurent ce manifeste. Cet apport trouve sa source dans

¹ Chiara Lubich. Page 4 in « Quatre points importants de l'économie de communion ». Mariapolis. Castel Gandolfo. 5 04 2001.

² Luigino Bruni. Ex président international de l'économie de communion. Professeur d'économie à l'Université LUMSA de Rome.

son livre sur la « Blessure de la rencontre, l'économie au risque de la relation³ ». Mais d'autres sources sont également mobilisées : le philosophe de l'action Maurice Blondel, l'approche des personalistes, des phénoménologistes chrétiens, de l'économie civile italienne, sans oublier la pensée sociale de l'Eglise imprégnée de thomisme ...⁴ Manifeste qui est d'abord une publication des principes que veut faire siens l'économie de communion en les reprenant à son compte et en les proposant à tous. Il ne s'agit pas d'une approche académique qui cite avec précisions ses sources pour asseoir sa démonstration. L'ambition de ce manifeste est modeste : celle de porter à la connaissance des pratiquants de l'économie de communion les principes philosophiques qui fondent leurs actes socioéconomiques et de les proposer en partage à ceux avec lesquels nous souhaitons cheminer ensemble pour diffuser cette théorie économique nouvelle en gestation.

Le sommaire détaillé qui suit, permet déjà de percevoir le fil rouge de ce manifeste et les différentes composantes de projet de manifeste. Après avoir annoncé, en introduction la thèse qu'y vient d'être explicitée, les deux premiers chapitres (A et B) traiteront de la place majeure de l'économie dans la relation entre les personnes et donc dans l'enjeu de civilisation qu'elle porte en elle-même. Ensuite, dans les deux chapitres suivants (C et D) nous souligneront le caractère central de la personne en tant que telle et dans le regard qu'elle porte sur l'autre, comme facteur de transformation des finalités de l'acte économique. Puis, il nous faudra un nouveau chapitre (E) pour découvrir le lien étroit qui existe entre les finalités données à l'économie et le bonheur de tous. Ce qui nous conduira (F) à la conviction qu'il ne faut pas sacrifier la fraternité au sein du marché. « C'est l'amour du frère qui manque ». Nous arriverons ainsi au cœur des transformations des comportements économiques portées par ce manifeste. Tout d'abord (chapitre G) il s'agit de refuser l'immunisation de la relation que constitue la seule contractualisation de tout acte économique. Il est possible, même dans le cadre d'un contrat, de vivre une relation de réciprocité d'amour au sein d'un acte économique. Ce qui nous donnera l'occasion d'aborder un sujet délicat, mais sans doute prometteur : les relations en tant que biens (chapitre H). Ensuite cette relation de réciprocité sera déclinée au regard des différentes formes de l'amour (chapitre I) et, par analogie, aux différentes formes d'actes économiques. Partage qui sera poursuivi par l'approfondissement (chapitre J) de la place et du rôle majeur du don au sein de tout acte économique. Il nous restera à parler du bien commun (chapitre K) comme élément ordonnateur de tous les agents économiques : leur boussole. Sans oublier les conséquences spatiales (chapitre L) dans la perspective d'une Cité Nouvelle car nos actes, bons ou mauvais, s'inscrivent dans le temps et l'espace qui incarnent aussi le bien commun.

Pour l'envoi, nous laisserons au philosophe Maurice Blondel, déjà cité, le soin de nous rappeler où se situe le chemin de transformation des finalités de l'économie au service des plus démunis : « La révolution passe d'abord par notre transformation personnelle, jusqu'à l'abnégation ».

Enfin, pour ceux qui souhaiteraient connaître les conditions de rédaction de ce manifeste, ils peuvent prendre connaissance de la note « Brève genèse du manifeste pour une anthropologie de communion » citée ci-dessus.

³ Nouvelle Cité. 2014.

⁴ Se rapporter à la note « Brève genèse du Manifeste pour une anthropologie d'économie de communion ». Marc Reynaud. 8 04 2021.

Table des matières

Thèse : Pas de théorie économique sans hypothèse de comportements des acteurs	1
A. L'économie au risque de la relation	5
B. L'économie, un enjeu de civilisation	5
Un seuil à ne pas franchir	5
L'économie comme lieu de création d'humanité	6
C. L'éminente dignité de la personne humaine.....	7
Non au libéralisme et à l'individualisme, non au totalitarisme d'Etat	7
La personne humaine : libre et d'une dignité éminente.....	8
La personne est la fin de la société, sans être sa fin dernière.	9
D. La centralité de l'autre	9
« Tu aimeras ton prochain comme toi-même ».....	10
Une éthique : la préséance de l'autre sur moi	11
Je suis aimé, donc j'existe	11
De la métaphysique à une éthique de l'amour	12
E. De l'économie sans joie à l'économie du bonheur	12
La relation et le paradoxe du bonheur.....	14
« Pourquoi sommes-nous moins heureux que nous ne pourrions l'être ? ».....	14
Quel bonheur ? Quelle socialité ?	15
F. Ne pas sacrifier la fraternité, l'amour de l'autre, au sein du marché	16
Quelles voies pour réussir ?	16
G. La réciprocité ou le refus d'immuniser la relation.....	17
H. « Les relations en tant que biens »	18
Les relations, les biens que l'économie traditionnelle n'arrive pas à voir	19
Les biens relationnels	19
Relations primaires et secondaires	20
I. De l'éros à l'agapè en passant par la <i>philia</i> ou de la gratuité dans l'acte marchand	20
Mettre l'agapè au centre de la vie économique	22
Economie et gratuité.....	23
La gratuité est intrinsèque à l'acte marchand.....	23
J. La culture du don	24
Justice, charité, don, un triptyque fondateur	24
Le don est « naturel ».....	25
Non à l'exclusion du don par le marché.....	25
La gratuité et le don, expression d'une éthique, sont nécessaires à l'efficacité du marché	25
K. Le bien commun	27

La personne et le bien commun.....	27
Le bien commun, en tant qu'objectif en soi.....	27
Une éthique fondée sur la loi naturelle	28
L. La Cité Nouvelle, un espace de relations réciproques.....	29
L'espace est un don de Dieu : le lieu fait le lien	29
Les villes sont l'écriture spatiale des sociétés et leur matrice	29
La cité par et pour l'homme	30
La cité un espace politique dans une perspective historique	30
Une question de taille	31
Le temps et l'Histoire	31
ENVOI	31

A. L'économie au risque de la relation⁵

1. L'intuition centrale de cette anthropologie fondatrice d'une nouvelle théorie économique, c'est le lien indissoluble, présent au sein de toute relation humaine authentique, entre blessure et bénédiction.

Pour expérimenter la bénédiction de la relation avec l'autre, il faut accepter le risque de la blessure qui en découle. On ne peut pas mener une vie bonne sans traverser le territoire obscur et dangereux de l'autre et que vouloir échapper à ce combat, cela nous mène à une condition humaine sans joie. Pour Aristote, la vie bonne, la vie heureuse, est à la fois, civile et vulnérable. L'homme ne peut pas être heureux en restant seul, en fuyant la vie civile et la relation avec l'autre. Les relations sociales fondées sur l'amitié et la réciprocité relèvent de notre liberté et dépendent donc de la réponse de l'autre. Alors, l'autre est, à la fois, joie et souffrance, entraînant la nature ambivalente de la vie bonne. Mais on ne peut être heureux sans communauté.

2. En faisant dialoguer l'économie avec ce combat, l'économie de communion refuse donc de fuir la relation personnelle avec l'autre, comme nous le promet l'économie libérale classique. « *Ce n'est pas de la bienveillance du boucher, du brasseur ou du boulanger que nous attendons, notre dîner, mais de l'attention qu'ils portent à leur propre intérêt* ⁶ ». Ainsi les relations au sein du marché, grâce au contrat, nous permettent de satisfaire nos besoins sans être dépendant de la bienveillance des autres, sans risque de se blesser.

Pour l'économie de communion, il faut accepter de rester au sein du territoire de l'humain qui commence par la gratuité et le risque de la rencontre. Pour répondre à la crise historique de la société moderne, d'abord relationnelle, il faut sortir de la relation face-à-face au sein du marché, limitée à la seule forme de l'éros, pour l'étendre à la philia (l'amitié) et à l'agapè (la gratuité). Les relations interpersonnelles ne sont pas un mal nécessaire. Cette approche de la relation relève d'une anthropologie optimiste.

B. L'économie, un enjeu de civilisation

Dans ce chapitre, La question n'est pas de remettre en cause l'existence même du marché, mais de s'interroger sur l'approche philosophique qu'il faudrait conduire pour que l'espace économique devienne un lieu de création d'humanité.

Un seuil à ne pas franchir

3. Il ne s'agit pas de construire une société sans marché. Une société sans marché ni contrats n'est pas une société décente ; une société qui recourt uniquement au marché et aux contrats pour définir les relations humaines, l'est encore moins. L'équilibre est entre le

⁵ Ce chapitre est fondé sur les écrits de Luigino Bruni in son livre « La blessure de la rencontre ».

Se rapporter à la Note « Anthropologie de Luigino Bruni. Marc REYNAUD. 25 01 2021.

⁶ Adam Smith. La richesse des nations. 2000.

« sans » et « l'uniquement ». Le marché qui nous permet de nous rencontrer sans sacrifices est un instrument de civilisation sans doute, mais qui ne nous paraît pas satisfaisant.

Parfois, certains actes marchands vont jusqu'à la gratuité pour une coexistence humaine plus fraternelle. Le marché peut ainsi devenir un lieu de vraie rencontre avec l'autre s'il s'ouvre à la gratuité et ne fuit pas la blessure de la rencontre. De façon plus générale le prix du marché et la loi peuvent jouer un rôle médiateur et civilisateur face à la blessure de la rencontre. Mais il existe un seuil à ne pas franchir en termes de relations anonymes et immunisées par le contrat. Les sociétés occidentales ont franchi ce seuil, en ordonnant, par exemple, l'acte marchand au seul profit maximisé, en renvoyant la gratuité à la périphérie de l'acte marchand par le truchement de la philanthropie et en voulant étendre en permanence le périmètre des relations marchandes. La philanthropie n'est pas liée à l'acte marchand, elle n'intervient qu'après, en prélevant une part des bénéfices.

4. Ce dialogue entre économie et relations humaines sera construit à partir des mots : « fraternité, réciprocité, gratuité, don, responsabilité, amour, bonheur ». L'économie a une action civilisationnelle. Ainsi l'économie de communion doit avoir comme objectif, non seulement une plus juste répartition des richesses, mais aussi une ambition civilisatrice fruit de nouveaux styles de vie.

L'économie comme lieu de création d'humanité

5. Une philosophie de la dignité de la personne impliquerait-elle une philosophie de l'action ? Pour répondre à cette question, le philosophe Blondel peut-il être une référence précieuse pour l'économie de communion ?

En effet la grandeur de l'homme réside, à la fois, dans son insatisfaction face à la situation du monde et dans sa capacité d'agir pour y remédier, créant ainsi une réalité nouvelle. Ainsi, l'action désigne le pouvoir propre de tout être d'exprimer ses potentialités en lien avec son milieu, l'action passant de l'action individuelle, à l'action sociale, et à l'humanité.

6. Cette approche blondélienne et personaliste de l'action peut-elle être fructueuse pour l'économie de communion dans la continuité de la pensée économique de François Perroux ?

L'ambition serait de développer une philosophie de l'économie comme lieu de création d'humanité et, non seulement, comme outil de production matérielle. Il n'existe pas d'ordre économique créateur d'humanité, sans orientations morales et politiques pour le déterminer et l'orienter. Au-delà d'une philosophie du travail, il faut une philosophie de l'action et de la création, pour penser l'économie, l'activité sociale, au service du développement humain intégral, contribuant à l'émergence d'une économie des ressources humaines.

7. Une civilisation de l'amour ne peut être efficace qu'en ordonnant la production à une juste répartition de la richesse produite. Les œuvres de charité, « les bonnes œuvres », ne peuvent pas nous détourner du « grand œuvre » qui est de libérer les hommes de la misère et de l'oppression. L'humanisation de l'économie passe par la protection de la vie, par le refus de la pauvreté et par le respect de la planète.

C. L'éminente dignité de la personne humaine⁷

Pour être lieu de création d'humanité, l'économie doit éviter deux dérives majeures dont l'histoire, y compris l'histoire contemporaine, a démontré qu'elles étaient possibles : le totalitarisme et l'individualisme exacerbé. Il faut toujours réaffirmer que la personne est libre et dotée d'une éminente dignité. Ainsi la personne est la fin de la société, sans en être la fin dernière.

Non au libéralisme et à l'individualisme, non au totalitarisme d'Etat

8. Contre le gigantisme des mécanismes sociétaux, contre l'individualisme et le totalitarisme, fruit de l'idéalisme et du rationalisme, il faut renouer avec l'homme concret et responsable par la transformation, d'abord, de soi-même et, ensuite, des structures socioéconomiques.

9. Non au libéralisme qui en donnant une place centrale à l'individu et à sa liberté, renverse les valeurs humanistes de Jérusalem, d'Athènes et de Rome, conduisant progressivement à une culture matérialiste et nihiliste. Non au totalitarisme d'Etats qui broient les individus et nient la primauté de la personne. Refus d'un monde globalisé où la personne est une marchandise pour le profit d'un capitalisme financier totalitaire, fruit du naturalisme. Refus d'une pensée moderne que se réduit à la seule rationalité de la science, elle-même réduite au modèle de la seule science physico-mathématique. Refus du processus de dépersonnalisation qui s'ensuit en ne voulant connaître le sujet que de l'extérieur comme un objet. Ces refus sans appel peuvent interpeller. Ils ne sont pas l'expression d'une étroitesse de pensée. Ils veulent souligner la gravité des enjeux et donc la nécessité d'une prise de conscience sur l'ampleur des défis que doit relever l'économie de communion. Il ne s'agit pas d'un simple petit aggiornamento. Rappelons que ces défis ne datent pas d'aujourd'hui puisque les propos ci-dessus sont ceux du courant personnaliste dans les années 30, au XX^{ème} siècle. Un siècle plus tard, tout reste à faire car nos paradigmes sociétaux n'ont pas changé. On constate même une exacerbation de la situation anthropologique.

10. Il faut réencastrier la science économique dans la vie sociale, la vie spirituelle et morale des personnes. Le christianisme, au travers de la Pensée sociale de l'Eglise apparaît comme la seule véritable révolution pouvant proposer un remède et un lieu de résistance humanisante. Ce qui n'exclut pas une part des réponses pratiques apportées par les courants cousins, mais reste aussi à partager la convergence des visions anthropologiques. Cela étant la pensée sociale de l'Eglise relève de la théologie morale. Elle ne propose pas une science économique alternative. C'est justement l'objet de l'économie de communion.

⁷ Ce chapitre doit beaucoup au courant personnaliste. Se rapporter à la Note « Le Personnalisme, une 3^{ème} voie entre libéralisme et totalitarisme. La personne comme fondement philosophique de l'économie de communion. Marc REYNAUD. 22 12 2020.

La personne humaine : libre et d'une dignité éminente

11. L'amour trinitaire est l'origine et la fin de la personne humaine. Parce qu'il est créé à l'image de Dieu-Amour, l'individu humain a la dignité de personne, il n'est pas seulement quelque chose.

Il est quelqu'un capable de se connaître, de se posséder, de se donner librement, d'entrer en communion avec d'autres personnes, capable d'une réponse de foi et d'amour au Créateur. La relation entre Dieu et l'homme se reflète dans la dimension relationnelle et sociale de la nature humaine. L'homme est un être social, en l'autre Dieu se reflète. Dans sa relation aux autres, l'homme est d'abord responsable de leur vie : « Tu ne tueras pas, tu aimeras ton prochain comme toi-même ». Ainsi la vie de l'homme est sacrée et inviolable.

12. En désobéissant à Dieu par orgueil, l'homme a entraîné une double blessure pour soi et pour les autres. Ce péché, à la fois personnel et social, alimente des « structures de péchés » qui se concrétisent par un désir exclusif de profit et de pouvoir, à tout prix.

13. La personne ne peut se refermer sur sa propre fin. Malgré sa dignité éminente, la personne n'est pas une fin en soi.

La sincérité subjective peut être trompeuse au regard de la hiérarchie des biens. Il ne faut pas « isoler la personne abstraite en canonisant sa raison », comme l'écrit le philosophe Blondel. La personne ne peut pas s'achever en elle-même, mais dans un achèvement surnaturel, mouvement vers Dieu.

L'homme est un être spirituel, biologique et social. Ainsi sa primauté morale, son éminente dignité, sa réalité spirituelle constitue une seule réalité. Il est donc voué à se dépasser sans cesse au-delà de son désir, grâce à une aide extérieure divine, se libérant ainsi de son égoïsme pour trouver son unité dans le libre don d'amour, dans la communion avec les autres, dans l'ouverture et l'accueil. Cette ouverture aux autres par la découverte du « toi » en face du « moi », est une réponse au péril que court la personne.

14. Ainsi, l'affirmation de la personne ne doit pas correspondre à une vision ni individualiste ni massifiée. La recherche de ce qui est bon et digne pour l'homme doit se situer dans la perspective d'un Dieu transcendant et créateur qui interpelle l'homme comme libéré responsable. Il est ouvert à l'autre : *c'est en réponse à un « tu » qu'il peut dire « je »*.

Chacun doit considérer l'autre comme un autre lui-même, en se préoccupant, avant tout, de son existence et des moyens qui lui sont nécessaires pour vivre dignement.

15. Il est libre face à toutes les choses créées. La dignité de l'homme exige qu'il agisse dans la liberté, mû par sa conviction personnelle, en assumant sa propre responsabilité. Il construit l'ordre social.

Mais la détermination du Bien et du Mal appartient à Dieu. Sa liberté est appelée à accepter la loi morale que Dieu lui donne. L'homme accomplit des actes bons quand il obéit à la Vérité, c'est-à-dire quand il ne se prétend pas le créateur, le maître absolu de la Vérité et des normes éthiques. Sa liberté, ses droits et ses devoirs, sont ordonnés à la loi naturelle qui participe de la loi éternelle identifiée à Dieu : le Décalogue et les Béatitudes.

16. L'économie de communion a donc une vision positive de l'homme. Son humanisme est un acte de foi fondé sur la raison, dans ce que l'homme a de meilleur sur le plan matériel et spirituel, en tant qu'être humain responsable.

La personne est la fin de la société, sans être sa fin dernière.

17. Il convient, d'abord, de distinguer individualité et personnalité. L'individu est un instrument de la société, alors que la personne est la finalité de la société. Mais la personne suppose l'individualité. Ainsi les actions individuelles en société doivent être envisagées comme des moyens au service de la personne. Elle est appelée à agir pour les autres, avec les autres, par les autres. La personne se perfectionne en sortant d'elle-même pour s'occuper des autres dans une réciprocité de services.

18. La dignité transcendante de la personne est la fin de la société. Les institutions doivent promouvoir le développement intégral de la personne qui ne peut être finalisée à des projets de caractère économique, social et politique, au nom du progrès de la société. En effet la vocation de chaque personne en tant qu'être libre, altruiste, créée par un Dieu Amour, est de jouir, au final de la Béatitude divine.

Les mutations sociales authentiques ne sont effectives et durables que si elles sont fondées sur des changements décisifs de conduite personnelle, comme condition réelle de moralisation de la vie sociale. La libération des injustices promeut la liberté et la dignité de la personne, condition d'une croissance personnelle et commune, en particulier des plus pauvres.

La personne est un être social qui ne débouche sur la communion des personnes, sur le don de soi, qu'à la condition d'aimer son bien propre et celui des autres. Et ce, au sein de groupes stables, ayant comme fin le bien commun, dans des relations de solidarités. Pourquoi stables ? Ce n'est pas en papillonnant d'un groupe à l'autre, ce n'est pas en créant des groupes éphémères que la communion des personnes peut naître et se transformer en unité dans la perspective du bien commun, du bonheur de tous, de la paix.

Mais l'éminente dignité de la personne, est indissociable de la centralité de l'autre, concrétisation (preuve) du caractère altruiste de l'homme.

D. La centralité de l'autre⁸

En recherchant des sources philosophiques pour étayer la vision anthropologique qui pourrait fonder les hypothèses de comportement d'une théorie économique nouvelle, il est apparu que plusieurs philosophes comme Simone Weil, René Girard, Emmanuel Levinas et Jean-Luc Marion convergeaient sur la place donnée à l'autre, au « toi ». Ils pouvaient donc éclairer l'économie de communion dans la formation de sa pensée anthropologique en complément de son approche spirituelle. Autre constat important : alors que la pensée sociale de l'Eglise et le personnalisme sont imprégnés de thomisme, ces auteurs se rattachent plutôt au courant idéaliste, ce qui était le cas de Saint Augustin. Donc, il paraît important de ne pas

⁸ Ce chapitre est inspiré des apports de la phénoménologie chrétienne. Se rapporter à la Note « Apports de la phénoménologie aux fondements de l'Economie de communion. Marc Reynaud. 15 02 2021.

être d'une « école » mais de se nourrir l'esprit d'un menu varié pourvu qu'il contribue à une saine pensée sur l'homme dans la perspective d'une économie au service du bonheur de tous.

Ce chapitre vient donc compléter le précédent pour nous convaincre que l'homme n'est lui-même, ne réalise son éminente dignité qu'en se décentrant sur l'autre. Après avoir rappelé qu'il faut aimer son prochain comme soi-même, nous montrerons qu'une véritable éthique a pour fondement, pour règle de nos comportements, la préséance de l'autre sur moi. Nous découvrirons que cette centralité de l'autre est un retournement du « je pense donc je suis » de René Descartes en « je suis aimé donc j'existe ». Quelle réponse merveilleuse à la doxa libérale. Ce qui conduit tout naturellement de la métaphysique de l'être à une éthique de l'amour. La jonction est faite entre la vision spirituelle de la Civilisation de l'amour et la vision philosophique de la vie bonne pour l'homme.

19. Après avoir promu l'éminente dignité de la personne humaine, il est tout aussi majeur d'affirmer la centralité de l'autre.

L'homme découvre l'autre, d'abord en désirant l'objet que l'autre possède, comme rival, puis comme une invitation à le respecter, à l'aimer et enfin comme un don qui lui révèle son propre moi. C'est une hypothèse de comportements humains essentielle pour une économie de communion. René Girard, Simone Weill, Emmanuel Levinas et Jean-Luc Marion, dont les pensées, non seulement convergent, mais se fondent les unes dans les autres sont très éclairants sur cette centralité de l'autre.

« Tu aimeras ton prochain comme toi-même »

20. L'économie de communion est consciente que tout désir de l'homme est l'imitation du désir d'un autre, le modèle. Elle reconnaît que fondamentalement l'homme veut être comme l'autre, comme Dieu : « *si vous mangez du fruit, vous serez comme Dieu, connaissant le bien et le mal* ». Il est « désir d'être » comme le modèle, ce qui relève aussi de l'envie, de la jalousie. Elle sait que ce désir peut se transformer en rivalité violente. Mais elle refuse que cette rivalité se transforme en la recherche d'un bouc émissaire, d'une victime émissaire comme seul moyen de retrouver la paix personnelle ou sociale, sauf si le bouc émissaire est libre et consentant, donnant sa vie pour le bien de tous.

21. L'économie de communion se fonde sur l'Ancien Testament et les Evangiles, en refusant toute forme de sacrifice humain, en promulguant le « Tu ne tueras pas », en valorisant l'innocence des victimes.

Il faut révéler le mensonge qui couvre le processus du « bouc émissaire » et mettre chaque homme devant ses propres responsabilités, l'envieux comme l'envié, sans chercher un autre coupable.

Pour l'économie de communion le seul antidote possible est le « *Tu aimeras ton prochain comme toi-même, tu ne désireras rien qui appartienne à ton prochain, tu n'entreras pas en conflit avec ton prochain en partageant son désir* ».

Aucun sacrifice d'un tiers n'est justifié pour contenir la violence que l'on porte en soi, quelles qu'en soient les explications données.

Pour l'économie de communion les réponses passent par une éthique, par un changement de regard sur l'autre, par un changement, de nos propres comportements, en ayant l'humilité de se changer soi-même grâce à la conversion du cœur et en portant la vision des vaincus, des pauvres.

Une éthique : la préséance de l'autre sur moi

22. Pour l'économie de communion, à l'école d'Emmanuel Levinas, la source de l'éthique se situe dans l'autre. L'autre existe avant toute chose.

L'éthique ne relève pas de la réflexion mais de l'expérience immédiate, bouleversante du corps d'autrui. Le corps de l'autre, son « visage », signifie, par lui-même, à la fois, la vulnérabilité et l'invulnérabilité. C'est entendre « Tu ne tueras pas », c'est entendre « justice sociale ». Cette irruption de l'autre suffit à fonder l'éthique, la responsabilité, la politique. « Qu'as-tu fait de ton frère ? ». Il n'y a pas de questionnement sur l'être sans éthique, et, donc, il n'y a pas d'état neutre de l'être et de la création, contrairement à la vision naturaliste moderne. Celui-ci et celle-ci sont bons s'ils sont orientés vers Dieu, vers un Bien extérieur à l'homme, vers l'autre.

23. La vérité ultime, c'est l'autre qui fait face. La vérité est donc liée à la présence de l'autre, elle ne dépend plus de ma seule volonté, elle relie la loi et l'éthique.

La loi ne peut être soumise au jugement de l'homme, elle en est l'étalon. Ainsi, la distinction entre l'éthique et la morale n'existe pas. Le commandement de la Loi, les « 10 Commandements », sont constitutifs de l'être raisonnable. Ce commandement est l'expression de l'autre qui commande le « moi » à être pour « lui ». La Loi s'identifie au frère ce qui entraîne l'impossible dissociation entre une éthique et une morale universelle. Il n'y a pas d'éthique adaptative aux mœurs d'une époque. La Loi est extérieure à la relation entre deux personnes et elle la fonde comme une relation entre frères et sœurs, au-delà d'un simple lien de réciprocité : « Tu aimeras le prochain comme toi-même ». La Loi est antérieure à la liberté, elle est expression de la préséance de l'autre sur moi. Cela étant, l'autre n'est pas un « maître de justice », car il s'impose sans initiative de sa part.

Je suis aimé, donc j'existe

24. Pour l'économie de communion, l'homme doit se vider de sa fausse divinité pour consentir à l'amour. Tout en constatant que le « je » est marqué par le péché, expression de notre divinité imaginaire, que chacun a tendance à se considérer comme au centre du monde, l'économie de communion refuse que la hiérarchie des valeurs, que la vérité s'ordonne à « soi ». Il n'appartient pas à l'homme de commander à la matière et aux âmes, en usurpant la place de Dieu et en niant l'autre.

25. Au contraire, il s'agit de remettre le sujet à sa place. *Si le sujet est bien au centre, il n'est pas le centre. « Il en est seulement l'allocataire, placé là où se montre ce qui se donne, pour reprendre le propos »* de Jean-Luc Marion. Sa fonction est de recevoir ce qui se donne à lui sans mesure et dont le privilège se borne à se recevoir lui-même de ce qu'il reçoit. Recevoir autrui, c'est recevoir un donné et c'est se recevoir.

Pour dire cela avec le langage de l'amour, l'émergence du sujet, la certitude de notre soi, est le fruit de l'amour intentionnel de l'autre qui m'aime et non pas un effet de notre conscience.

26. Ce n'est donc pas l'homme qui donne un sens au monde en l'interprétant, c'est l'altérité qui soumet le monde à ce sens qu'il est destiné à servir. L'homme est « *le gardien du frère* ».

27. Il faut renoncer par amour et par humilité à être le centre du monde. Se vider de sa fausse divinité, c'est consentir à l'amour des autres, de l'ordre, de la beauté du monde.

Cet effort de renoncement au « je » ne se comprend que dans la perspective d'une libre conversion de l'être dans l'amour, par la compassion et le don de soi.

Le « visage de l'autre » me dé-saisit de moi-même, de mon égoïsme, de mon indifférence. L'autre à priorité sur moi. Le renversement est radical. Il ne s'agit plus de limiter notre domination sur lui, mais de s'obliger à l'aider, à compatir. Les enfants, les faibles, les pauvres sont prioritaires. Il faut être de leur côté contre l'orgueil des « romantiques » qui imposent leur personne et celui des savants qui imposent leur savoir. Un pauvre a crié, Dieu écoute. Celui-ci, victime innocente, porte la vérité de Dieu et en est la révélation. Le sujet humain n'accède à la transcendance qu'en renonçant à soi-même, ce qui lui permet d'accueillir l'autre et d'accueillir le Soi-divin. En un mot, il faut « renoncer à soi-même » comme nous le demande le Christ dans l'Évangile.

De la métaphysique à une éthique de l'amour

28.A l'analogie de l'être, entre Dieu et la créature, se substitue l'ordre de l'amour, plus enveloppant qui s'exprime dans une théologie philosophique de l'action et de la liberté de consentir à se dé-approprier de soi, commandée par le don et l'amour (Simone Weil). La question de l'être, fondement de la métaphysique, doit être dépassée par une éthique de l'amour (Jean-Luc Marion). L'éthique constituerait la philosophie première, sans besoin d'être ou de substance. La métaphysique est remplacée par la relation à l'autre, comme source de la morale (Emmanuel Levinas). « Qu'as-tu fait de ton frère ? ».

29.Trois philosophes, trois propos convergeant. Voilà qui est interpellant pour une approche de l'économie de communion qui se voulait sous l'égide de la philosophie réaliste.

Non seulement ces philosophes se rattachent ouvertement à Platon, et non à Aristote, mais, en première lecture, ils prôneraient de remplacer la métaphysique par la relation à l'autre, par une éthique de l'amour et du don. Non seulement, ils nous invitent à nous décaler par rapport à la centralité de la personne humaine, mais ils nous éloigneraient aussi de la pensée réaliste, tout en nous ouvrant à un regard sur l'homme, sur la relation d'amour d'une très grande profondeur qui n'a pas échappée à des hommes de la stature de Jean-Paul II et qui peut que nous toucher au plus profond de notre être.

Il y a là un champ de réflexion majeur pour fonder la nouvelle théorie économique de communion.

Les deux précédents chapitres ont, d'une certaine manière, planté le décor, le cadre philosophique au sein duquel, il faut poursuivre l'approche d'une anthropologie de communion. Voyons comment peut se concrétiser le point de vue du bonheur

E. De l'économie sans joie à l'économie du bonheur⁹

⁹ Ce chapitre se réfère au chapitre 4 « économie civile » in L'économie silencieuse. Grevin et Bruni

Si l'amour est au centre de l'éthique, l'économie de communion doit se concrétiser par le bonheur de tous. Cela étant il faut commencer par analyser le lien entre la relation, au sein de laquelle s'exprime ou non l'amour, et le bonheur. Pour essayer de comprendre pourquoi nous sommes moins heureux que nous ne pourrions l'être. En se risquant à apporter une réponse sur la notion de bonheur et sur le type de socialité qui pourrait l'accompagner

30. En ses débuts, en Italie¹⁰, la science économique est associée au bonheur ; ensuite, en Ecosse¹¹, elle est associée à la richesse. Cette tradition économique italienne, éclipsée par le triomphe du modèle anthropologique anglo-saxon, fait à nouveau l'objet de débats théoriques à l'échelle internationale, en particulier en Italie. Car son approche se révèle importante pour aujourd'hui, sous l'appellation « d'économie civile » qui reprend les idées de bonheur public, de réciprocité, de relations et de confiance, comme ossature théorique.

L'économie de communion reprend la conception du « bonheur public » qui est développé chez le philosophe-économiste napolitain Antonio Genovesi, remis en valeur par l'économiste italien Luigino Bruni¹².

31. Cela étant l'économie de communion n'est pas naïve. Elle sait que l'amour-propre et l'amour pour les autres sont tous deux présents dans la personne, à la naissance.

La seconde, « force centrifuge », n'est pas uniquement de la bienveillance, de l'altruisme, elle relève des relations interpersonnelles. Elle est aussi capable de sympathie, vertu naturelle qui permet la relation de réciprocité, « l'obligation réciproque de nous secourir selon nos besoins ». La réciprocité est le fondement de la socialité humaine, et non la propension des hommes à échanger une chose contre une autre, comme le pense l'économie moderne.

Ainsi, pour l'économie de communion, les relations économiques sur le marché sont des relations de réciprocité, d'assistance mutuelle, elles ne sont, ni impersonnelles, ni anonymes.

32. La « foi [confiance] publique » est un des mots clé de l'économie civile comme pour l'économie de communion.

C'est la condition préalable au développement économique : « la confiance, c'est l'âme du commerce ». Cette confiance se divise en trois classes : la foi éthique, économique et politique, sachant que la foi éthique, la confiance mutuelle des personnes, des familles et des ordres, fondée sur la pratique de la vertu et de la foi par les contractants, est la plus importante. Elle constitue le socle de l'économie et de la politique.

Ce n'est pas, pour l'économie de communion, le résultat d'une action du gouvernement, même s'il faut de bonnes lois.

La source de la foi publique se situe d'abord au sein de la société, grâce aux vertus civiles des citoyens, sources du développement économique et social. Cette foi partagée est la source d'une réciprocité authentique. Le marché est, aussi, un lieu de socialité réelle, d'amitié, de *philia*. La foi publique n'est pas un capital construit à l'extérieur du marché, car le marché fait partie intégrante de la société civile. « Sans la foi, il n'y a, ni certitude des contrats, ni aucune force de lois, ni confiance d'homme à homme. Car les contrats sont des liens et les lois civiles sont elles aussi des pactes et des contrats publics »¹³.

¹⁰ Antonio Genovesi. Prêtre napolitain. Contemporain d'Adam Smith.

¹¹ Adam Smith. XVIIIème siècle.

¹² L'économie silencieuse. Chapitre 4, l'économie civile. Nouvelle Cité. 2016

¹³ Antonio Genovesi

La relation et le paradoxe du bonheur

33. La notion de « bonheur public » est au cœur de l'économie de communion. Elle est le fruit d'une vision anthropologique relationnelle. A partir de cette vision, il s'agit d'élaborer une « théorie du bonheur ».

« Aucun homme ne peut œuvrer pour autre chose que pour son bonheur. Cependant ne faites pas le malheur d'autrui. Veillez à rendre les autres heureux. Plus on agit par intérêt, plus on doit être vertueux. Ne pas faire notre propre bonheur sans faire celui des autres¹⁴ ». A la suite d'Aristote et de Saint Thomas d'Aquin, notre bonheur vient, paradoxalement, de ce que nous rendons les autres heureux. Ce qui rejoint la loi évangélique : « aime ton prochain comme toi-même ». John Stuart Mill confirme ce paradoxe : « Je crois que seuls ceux qui dirigent leurs pensées vers des objectifs autres que leur propre bonheur sont heureux – vers le bonheur des autres, vers le progrès de l'humanité -, en aspirant à les atteindre non pas en tant que moyen mais en tant que but et en tant qu'idéal en soi. En aspirant à autre chose, ils trouvent le bonheur sur leur chemin ».

Le bonheur est bien de nature paradoxale car il est, d'abord, relationnel. Il n'y a pas de « vie bonne » sans relation avec les autres et grâce à eux, en les rendant heureux.

Pour se réaliser, l'homme a besoin de réciprocité authentique dans la gratuité, avec ou sans retour possible, et donc en acceptant le risque de la blessure.

« Pourquoi sommes-nous moins heureux que nous ne pourrions l'être ? »

34. Les sciences sociales reconnaissent, à propos du paradoxe du bonheur, que la qualité authentique de la vie relationnelle, non instrumentalisée, est celle qui influe le plus, y compris par rapport au revenu, sur l'évaluation du bien-être subjectif des personnes. Dans les sociétés opulentes, le bonheur n'a pas augmenté au cours des dernières décennies¹⁵.

Pour l'économie de communion, c'est la principale conséquence d'une société qui a voulu éviter la blessure de la rencontre. Dans le cadre de la théorie du bonheur, l'économie de communion veut prendre le contre-pied des sciences sociales et de l'économie néo-classique, en affirmant que la relationnalité ouverte à la gratuité, et les échanges sur les marchés, peuvent coexister. Le thème du bonheur change la conception du bien-être, en remettant en cause ce que l'on croit être la réalité sociale.

35. En particulier, les premières études montrent l'absence ou l'insignifiance, de la corrélation entre le revenu et le bien-être subjectif ou le bien-être économique et le bien-être général. Le bonheur est une valeur relative, fonction de l'environnement socioéconomique dans lequel vit la personne. La croissance économique peut apporter la richesse et le bien-être, mais pas le bonheur. En revanche la richesse peut engendrer de l'insatisfaction.

Au sein d'un même pays, au-dessus d'un certain seuil de revenu, la corrélation entre revenu et bonheur diminue. La comparaison entre pays ne fait pas apparaître de corrélation significative entre revenu et bonheur, toujours au-dessus d'un certain seuil¹⁶. Au long de leur vie, le bonheur des personnes dépend peu des variations de revenus et de leur richesse. Une fois que le revenu par tête a dépassé un certain seuil, celui qui permet de vivre décemment, ce revenu ne constitue pas un facteur décisif pour le bonheur subjectif des personnes, en tout cas cela l'est moins que la vie relationnelle, familiale ou la santé.

¹⁴ Antonio Genovesi

¹⁵ Cf. Tim Jackson. Société sans croissance.

¹⁶ Ibidem

Pour prendre en compte ce constat, il faut que l'économie se mêle à d'autres disciplines et à d'autres dimensions des choix humains, en sortant de l'analyse de l'équilibre et de l'hypothèse de la concurrence parfaite, thèses dominantes, qui empêche de prendre en compte les imperfections des choix réels. Le concept d'asymétrie d'information, permet une nouvelle conception des choix rationnels.

36. En s'appuyant, aussi, sur la « théorie de l'adaptation », les chercheurs arrivent à la conclusion que « l'amélioration des circonstances objectives de la vie (revenu et richesse incluse) ne produit pas d'effets durables sur le bien-être des personnes, ils sont uniquement temporaires ». En nous adaptant à notre nouvelle richesse, une fois l'effet nouveauté estompé, notre niveau de bien-être subjectif revient au niveau d'avant avec moins de richesse. Notre bonheur subjectif reste constant bien que notre bien-être objectif ait augmenté. La publicité a un levier puissant sur ce processus en sollicitant notre désir.

En conséquence, une quantité de temps disproportionnée est consacré à l'augmentation des revenus, au détriment de la vie familiale et de la santé, entraînant une réduction du bien-être subjectif.

37. Selon Bruni, Il existe une autre explication à cette course au revenu et à la consommation : « les effets positionnels ». « Le plaisir que nous retirons de notre consommation dépend avant tout du degré de différence [le gradient] entre le niveau absolu de notre consommation et celui des autres avec lesquels nous nous comparons ». La valeur des choses se mesure aussi au regard des autres.

Ces mécanismes positionnels mettent en échec la rationalité économique. Ils génèrent des « externalités négatives ». C'est donc un cas où la concurrence du marché n'est pas bénéfique sur le plan civil et pour la cité, mais destructeur de ressources individuelles et collectives, processus encouragé par la publicité, encore une fois.

38. Ce changement de regard sur le bonheur moderne et sa mesure, interpelle nos modes de vie, notre conception de la croissance et du développement. Il permettra à l'économie de communion de contribuer aux recherches pour un fondement plus réaliste et scientifique de la rationalité humaine [ou à l'absence de rationalité], de notre vrai bonheur, au regard des représentations simplifiées des libéraux. Sans oublier les considérations normatives [morales] et éthiques qui sont nécessaires pour comprendre le débat sur l'économie et le bonheur.

Quel bonheur ? Quelle socialité ?

39. Mais de quel bonheur, de quelle socialité, parle-t-on ?

L'économie de communion veut sortir du réductionnisme anthropologique ambiant qui présente l'homme comme envieux, en rivalité avec les autres, à travers les biens qu'il possède. Il ne s'agit pas de le nier, mais c'est une erreur de penser que ces travers peuvent expliquer le bonheur humain. Même si les théories actuelles expliquent l'absence de bonheur, elles ne sont pas des théories positives du bonheur humain. Car ce dernier va au-delà de la possession d'une voiture ou d'une maison plus grande que le voisin. Les études actuelles restent une innovation importante, mais il faut intégrer la dimension relationnelle dans l'analyse du bonheur. L'économie comportementale est un progrès qu'il faut approfondir.

40. L'économie de communion n'est pas fermée aux intentions générées par des motivations intrinsèques et par les besoins sociaux et relationnels.

Elle veut sortir des approches économiques et psychologiques hédonistes, fondées sur le plaisir, et non fondées sur le bonheur, au sens aristotélicien de vie « bonne ».

L'absence de distinction entre le plaisir et le bonheur, laisse l'évaluation du bonheur au sujet. Cette évaluation subjective génère deux problèmes. Tout d'abord, celui de remplacer les biens de créativité¹⁷ par les biens de confort qui ne procurent pas le même bonheur objectif sur le long terme. Ensuite, notre « autoévaluation du bonheur subjectif est erronée car il reste le problème de l'adaptation [Cf. supra]. Cette adaptation nous entraîne à vouloir le changement et à consommer de nouveaux produits sans nous sentir mieux. Ils nous « trompent ». Les biens relationnels, eux aussi, n'échappent pas à cet « effet adaptation ».

« *Le bonheur subjectif est important mais il ne suffit pas à déterminer si nous vivons une « vie bonne ». Nous ne pouvons pas le mesurer par la seule autoévaluation* ». On ne peut pas se contenter de remplacer le PIB qui est un indicateur de bien-être insuffisant, par un indicateur de « *bonheur subjectif* ».

41. Pour l'économie de communion, comme pour Aristote, Antonio Genovesi, Amartya Sen et Luigino Bruni, la « vie bonne » se mesure à partir de ce que les gens font et peuvent faire, leurs capacités, leurs capabilités, et non à partir de ce qu'ils ressentent qui n'est que l'expression d'un bonheur subjectif.

Les démocraties modernes disposent déjà de nombreux indicateurs de bien-être, en plus du PIB, mais, pour l'instant, leur usage en tant que paramètres de décision est insuffisant. Le PIB, donc la richesse monétaire, reste l'étalon principal, l'étalon politique. Le bonheur n'est pas une « utilité », sinon il faudrait parler « d'utilité auto-évaluée ». C'est d'autant moins une utilité qui a un caractère personnel, alors que le bonheur a un caractère collectif. La survie des démocraties est partie liée avec une juste définition du bonheur pour ne pas tomber dans le piège du pouvoir d'achat.

F. Ne pas sacrifier la fraternité, l'amour de l'autre, au sein du marché

Quelles voies pour réussir ?

42. Ces voies passent par une économie ouverte à la gratuité, avec une économie qui ne fuit pas la rencontre douloureuse avec l'autre, avec des actes économiques comme des moments totalement humains, refusant la dichotomie économie/société, don/contrat, éros/agapè. Mais sans nier le « risque mortel » d'une telle opération.

Toutes les communautés humaines sont des lieux de blessure et de bénédiction, mais il faut discerner, nous dit Bruni, le « seuil critique » des médiations, en particulier celles du marché et de l'Etat, sans oublier les médias. Aucune ville [cité] ne peut vivre sans règles et sans contrats, sans justice, sans espaces communs. Au-delà de ce seuil, la vie commune s'étirole. Arbitrer [réguler] la réciprocité ne veut pas dire l'empêcher, sinon on élimine « l'étreinte de l'autre ». Sans étreinte, on meurt.

¹⁷ Ceux qui ont un caractère spécifique, personnel ! Ce concept proposé par Luigino Bruni devra être explicité.

43. Il faut reconnaître les fruits positifs du marché : l'égalité et surtout la liberté, sans oublier la fraternité sans laquelle la vie ne peut pas s'épanouir, sans bonheur possible, ni d'humanité pleinement accomplie. Cet humanisme tridimensionnel est, pour Bruni, le grand défi de l'ère postmoderne.

L'absence de bonheur dans l'opulence est le prix exorbitant que nous payons en ayant sacrifié la fraternité. Sans confondre la fraternité avec la solidarité, car la solidarité peut exister sans rencontrer l'autre. En sacrifiant la fraternité à la liberté, la société de marché nous trompe en promettant une vie commune sans souffrance ni gratuité. Au final, la souffrance est multipliée et la société de marché a exclu du marché des groupes entiers d'hommes et de femmes dans de nombreux pays. En ne regardant pas en face les blessures de la vie commune, nous trouvons des boucs émissaires, des « trous noirs » que nous continuons à produire.

Pour Luigino Bruni, et donc pour l'économie de communion, cette grande tromperie doit être expiée et la blessure profonde infligée à la fraternité universelle doit être guérie, conditions d'une réappropriation de l'humain et d'un avenir durable. Seule « l'étreinte avec l'autre » et l'acceptation de la blessure, peut créer un lien social nouveau, une fraternité nouvelle. Défi de taille, vital pour le troisième millénaire.

G. La réciprocité ou le refus d'immuniser la relation¹⁸

Les deux chapitres précédents nous permettent de conclure sur un principe essentiel concernant l'apport de l'économie de communion. Il n'est pas possible de construire une société ordonnée au bonheur de tous si, au-delà de la liberté et l'égalité, cette société, et en particulier, son organisation économique oublie la fraternité, « l'amour du frère ». Aussi la relation de réciprocité, et plus exactement la relation d'amour de réciprocité, doit être constitutive de tout acte marchand. L'économie de communion, tout en considérant le contrat comme nécessaire, ne veut pas qu'il soit le seul mode de régulation des actes marchands. L'immunisation de l'acte marchand contre le risque de blessure de la rencontre, par le contrat, est une tromperie car, au final, l'acte marchand est un rapport de force, et un déni d'humanité.

44. Après avoir éliminé l'Absolu, en la personne de Dieu, l'époque moderne découvre l'autre comme un « tu », une subjectivité face à « moi », différente de « moi », mais égale à « moi », un « non », un « non être ». Si l'autre-différent-de-moi « est », comme puis-je « être » ? Seule une pensée trinitaire peut répondre à cette question. En découvrant la vraie altérité, l'homme moderne a d'abord vu la blessure et non la bénédiction, le bonheur dans la rencontre avec l'autre. Avec la « main invisible » du marché, l'économie moderne a cherché un substitut à l'intermédiation de l'Absolu entre le « je » et le « tu », pour échapper au risque de la blessure de la rencontre.

Ainsi, les sciences sociales et l'économie modernes ont inventé un nouveau « tiers », un nouveau médiateur, immunisé et qui immunise contre la relation en nous promettant un terrain neutre où nous pouvons nous rencontrer sans nous toucher donc sans nous blesser. Nous sommes ainsi dans la situation d'un désintéret, d'une indifférence réciproque.

¹⁸ Chapitre nourri par Luigino Bruni

Ainsi la réciprocité du contrat moderne passé sur les marchés est une forme de réciprocité, alternative radicale à celle fondée sur le libre don réciproque.

45. Alors que le don nous rapproche car il traduit la volonté d'une terre commune qui, par définition, n'appartient à aucun d'entre nous, le contrat moderne nous immunise mutuellement parce ce qui est à moi n'est pas à toi et vice-versa. La terre commune, terre de relations d'égal à égal, est aussi terre de blessure refusée par la modernité, préférant renoncer jusqu'au fruits de la vie sur cette terre commune. Le prix de ce refus est trop élevé ». L'opposition n'est pas entre communauté et société, mais entre communauté et immunité. Ainsi « l'œuvre de Smith » est une composante majeure au sein du grand projet immunitaire de la modernité dans la continuité de Machiavel et de Hobbes. Ce refus de la blessure de la rencontre par la modernité est, soit une utopie utile à la démonstration d'un contrat nécessaire, soit une tromperie puis que l'échange économique est un rapport de force.

L'économie, en soi, n'est pas neutre sur le plan anthropologique. Derrière les analyses et les démonstrations économiques, il existe une vision de l'homme.

46. L'économie de communion refuse cette anthropologie moderne porteuse d'une relationnalité indirecte et anonyme qui est ordonnée par le contrat privé et le contrat social qui nient toutes références transcendantes à l'homme.

La problématique de la réciprocité s'impose de fait, donc de droit, dans la science économique. La confiance dans la théorie des choix rationnels est battue en brèche par l'approche expérimentale. Des attitudes coopératives peuvent se substituer au pur opportunisme.

Le rôle des intentions de l'autre est très important. Les expériences révèlent que le signal envoyé par les intentions que le comportement exprime, compte beaucoup dans la réciprocité. En prenant le risque de se blesser dans la relation à l'autre, ce risque augmente la réaction de réciprocité de l'autre et la bénédiction mutuelle. Le secret du commerce équitable, solidaire, de l'économie de communion, du micro-crédit, réside donc dans la proximité qui permet de percevoir les intentions. Les réponses de réciprocité sont bien plus grandes quand la personne sait que l'autre est motivé, de façon intrinsèque, par la pure gratuité.

La relation d'amour de réciprocité est un concept intéressant d'un point de vue économique. Il est porteur d'approches économiques nouvelles en annonçant que la relation au sein d'un échange économique va bien au-delà d'un échange de bien et de service. Elle met en jeu toute la psychologie de la personne ouvrant ainsi de nouveaux champs à la compréhension des phénomènes économiques. C'est le cas avec la notion de « biens relationnels ».

H. « Les relations en tant que biens »

Le concept de « biens relationnels » développé par Luigino Bruni dans son livre « La blessure de la rencontre » peut soulever des réserves. Mais, en admettant dès le départ que ce concept doit être approfondi et rendu plus accessible, il paraît intéressant de l'introduire dans cette réflexion anthropologique car il contribue à confirmer un principe fondateur de l'économie de communion : l'acte marchand ne se réduit pas à un échange de biens et de

services, mais comporte également et en même temps un échange de relations entre deux personnes. Le fait de dénommer ces relations échangées comme des biens a deux avantages. Cela donne à ces relations un statut économique et une visibilité. La relation d'amour de réciprocité est donc légitimée comme partie prenante de l'acte économique.

47. Pour donner au mot bonheur un sens nouveau, il est important pour la vie civile et pour la cité, que l'économie de communion revienne à la tradition aristotélicienne, au « bien comme bonheur », et en particulier aux biens relationnels, ce qui permettra d'élaborer une « théorie positive du bonheur », centrée sur la dimension relationnelle.

Les relations, les biens que l'économie traditionnelle n'arrive pas à voir

48. La conception du bonheur, des théories économiques actuelles, est très éloignée de l'idée de bonheur, d'Aristote, liée aux vertus et non au plaisir. Pour Aristote, le bonheur est assimilé au bien suprême, au but ultime de la vie, à l'épanouissement humain. Les vertus représentent des fins en soi qui, lorsqu'elles sont pratiquées, engendrent le bonheur. Le bonheur ne relève pas de la chance, mais de la pratique des vertus, d'où sa nature civile et fragile. Alors que pour les modernes, le bonheur correspond au plaisir hédoniste, sans référence à la fragilité de la vie bonne.

49. Dans cette perspective, l'économie de communion refuse que l'extension des marchés se fasse au détriment de la qualité des relations interpersonnelles.

Lorsque les liens économiques érodent les liens sociaux, alors les biens peuvent se transformer en maux et devenir des sources de mal-être. Un des indicateurs de la crise de la théorie économique néoclassique est son incapacité à prendre en compte les relations humaines fondées sur des motivations intrinsèques. Elle laisse de côté les relations non instrumentales [gratuites], c'est-à-dire, les « biens relationnels ».

Contrairement à la théorie économique néoclassique, l'économie de communion veut traiter les biens relationnels comme des fins et non comme des moyens.

Si nous voulons étudier les relations non instrumentales en économie, il est donc nécessaire que nous ayons une science qui soit, « dès le début », relationnelle.

L'économie de communion s'inscrit dans la tradition d'Aristote et du thomisme, dont la thèse anthropologique est la nécessité d'établir des relations interpersonnelles non instrumentales pour une vie bonne et heureuse. Le concept clé de cette thèse est le concept de bien relationnel. Cette théorie s'inscrit dans la philosophie personnaliste de Jacques Maritain.

Les biens relationnels

50. Ces biens se définissent « *comme des relations qui ne peuvent être, ni produites, ni consommées par un seul individu, parce qu'elles dépendent des interactions avec les autres et parce que l'on ne peut en jouir que si elles sont partagées dans la réciprocité, dans une rencontre* ». Lors d'un acte commercial, outre la transaction pour une production ou un service, on obtient un résultat intangible : le bien relationnel dont la dimension fondamentale est la réciprocité. Ma propre intention et celle de l'autre sont fondamentales dans les biens relationnels, car l'amitié (philia) qui contribue au [bien comme bonheur] ne peut jamais être instrumentale car c'est une vertu.

Pour l'économie de communion, le bien relationnel se définit comme suit : l'absence d'anonymat, la proximité, la réciprocité, la simultanéité, la motivation non instrumentale, un

fait émergent non-intentionnel¹⁹ en soi, la gratuité de la relation fondée sur des motivations intrinsèques, un bien et non une marchandise. Il est anti-rival. Il a une valeur car il satisfait un besoin, mais pas de prix fixé par le marché (il est gratuit), même s'il a un « coût d'opportunité²⁰ ».

Relations primaires et secondaires

51. Pour élaborer une théorie des biens relationnels il faut commencer par les classer entre primaires et secondaires, critères qui se rapportent à leur nature, sans liens de causalité. Le bien relationnel secondaire se définit comme un résultat au sein duquel l'absence de bien relationnel n'annule pas la valeur du bien en jeu, par exemple un coiffeur désagréable mais qui coiffe bien. En revanche pour un bien relationnel primaire, la composante relationnelle de la rencontre ne peut s'annuler sans détruire le bien même, annulant sa valeur. Dans ce cas la composante relationnelle ne s'ajoute pas aux autres composantes, comme pour le bien secondaire, ci-dessus, mais elle devient un coefficient multiplicateur de toutes les autres composantes du bien primaire. Pour le bien relationnel primaire, la relationnalité (substance) joue un rôle essentiel qui permet aux autres composantes (accidents) d'avoir une utilité. Autrement dit, quand la composante affective manque dans les biens relationnels primaires, c'est toute la relation qui perd sa valeur. De plus ces biens primaires se remplacent difficilement par une valeur monétaire sans les modifier en profondeur, ou même les détruire.

52. Les biens relationnels étant faits de relations, nous ne pouvons en jouir que dans la réciprocité. Leur beauté est aussi leur vulnérabilité car ils dépendent de la réponse de l'autre. La pensée occidentale a essayé d'échapper à la blessure de la rencontre par l'intermédiation du marché pour éviter l'autre. Mais quand une civilisation coupe ou effiloche par le seul contrat, le lien entre les personnes, elle « entre dans une crise mortelle ».

Par conséquent, pour l'économie de communion, la sortie de la crise anthropologique de l'Occident se jouera [d'abord] sur le terrain du marché. C'est, au final, affirmer le caractère essentiel du marché pour le bien d'une société civile, mais à condition d'en réformer l'approche relationnelle.

I. De l'éros à l'agapè en passant par la *philia* ou de la gratuité dans l'acte marchand ²¹

Les chapitres précédents ont déjà permis de bien progresser dans la description d'une relation au sein d'un acte marchand du point de vue de l'économie de communion. Approfondissons encore les différentes natures de relations, en s'inspirant, par analogie, des différentes formes que peut prendre l'amour entre l'amour de soi (éros), l'amour d'amitié réciproque (*philia*), et l'amour inconditionnel (*agapè*). Ce qui permettra de traiter de la dimension de la gratuité au sein de l'acte marchand.

¹⁹ Ce caractère de « non-intentionnalité » doit être approfondi, car quelques § plus haut, Bruni semble dire le contraire en précisant que les biens relationnels ne sont pas des « externalités » car ces dernières sont non-intentionnelles.

²⁰ « Coût d'opportunité » : coût généré, à l'occasion d'un choix, par le renoncement à une des alternatives du choix.

²¹ Chapitre nourri par Luigino Bruni

53. Il est difficile de définir la « gratuité », ce qui explique pourquoi les économistes et les sociologues se limitent aux concepts d'altruisme, de réciprocité et de don.

La gratuité s'exprime au travers de comportements motivés par des causes intrinsèques. Pour mieux cerner cette gratuité, il est possible de partir du mot « agapè ». L'agapè ne se réduit pas à la gratuité, mais elle n'existe pas sans gratuité. Pour comprendre, il faut partir de la tripartition de l'amour entre « éros, philia et agapè » et de leurs relations.

L'amour est, à la fois, érotique, amical et agapique. Dans le cadre d'un approfondissement théorique de l'économie de communion, cette approche tripartite de l'amour est aussi un bon point de départ pour réfléchir à la relationnalité, une et multiple, et à la réciprocité. L'amour-éros est inspiré par le désir [il est intéressé]. L'amour-philia, l'amitié, aime si l'autre aime en retour [réciprocité], il est plus gratuit que l'éros. L'amour-agapè, c'est l'amour de l'humanisme chrétien, qui se donne sans attendre de retour, qui va jusqu'à donner sa vie pour ses ennemis, comme le Christ. L'agapè, comme la gratuité, n'est pas un « faire » mais un « être ». Il est à l'écoute de l'autre. Le don de l'agapè se transforme en amour durable et pleinement humain qu'avec le désir de l'éros, et la liberté de la philia.

54. Cette vision tripartite de l'amour, et donc de la nature de la relation, reste du domaine de l'économie. Il existe, en effet, une analogie entre ces trois formes d'amour et le discours économique.

Eros et le contrat constitue la première analogie. Comme pour éros qui cherche à combler un manque à travers l'autre, le contrat permet d'acquérir d'un autre le bien désiré, grâce à une négociation basée sur la séduction-persuasion. Le contrat, outil de l'échange sur le marché, comme l'éros [le désir] représente une force essentielle à la vie individuelle et sociale. Cette relation n'exige pas, en soi, la gratuité, ni le souci du bien de l'autre, elle vise seulement à combler un manque pour chacune des deux parties. Le centre de la relation érotique, c'est le « moi » et non le « tu ». Contrairement aux apparences, la relation érotique ne s'oppose pas aux fonctions d'immunité et de médiation du marché. Car, dans le contrat comme pour l'éros, la relation est intermédiée, et donc immunisée, soit par l'objet échangé, soit par le corps. Ce n'est que la rencontre de deux désirs et non pas de deux personnes, sans exclure asymétrie ou exploitation, ou même rapport de force, dans les deux cas. Un marché réduit à une telle structure relationnelle, celle prise en compte dans l'économie moderne, en fait, ne génère pas de relation réciproque entre deux personnes, mais est une forme de narcissisme économique.

55. Mais la relation contractuelle ne se résume pas à la forme narcissique, et, en tout cas, ce n'est pas la seule forme possible. L'échange sur le marché, le contrat, fondé sur l'intérêt, peut être vu comme une action sociale, l'action conjointe d'un « nous », une forme « d'assistance mutuelle », de philia. Approche qui reprend la vision du marché de l'économie civile italienne. C'est la seconde analogie. Dans l'humanisme de la philia, l'amour amical qui donne naissance à des associations, des coopératives, des mutuelles, fait émerger une économie nouvelle en créant des « oasis », des terrains d'entraînement et d'écoles de participation et de solidarité, qui contamine ensuite progressivement la société civile, d'un domaine à un autre. Bien que la philia ne soit pas universaliste, en tant que relationalité sélective, elle est une forme de réciprocité civile et civilisatrice. A condition qu'elle ne se referme pas sur elle-même et devienne communautariste ou mafieuse.

Les personnes, les familles, les entreprises, les organisations ne peuvent survivre dans l'épreuve, devenir des lieux d'épanouissement que lorsque l'amour érotique se laisse toucher par la philia.

Mettre l'agapè au centre de la vie économique

56. Enfin, l'agapè est la troisième analogie pour décrire les différentes modes de relations économiques²². C'est la grande absente de l'économie moderne. Elle est reléguée dans la sphère privée. D'une certaine manière, on la retrouve dans la sphère publique ou dans la philanthropie, mais sans deux conditions majeures : la proximité et la réciprocité.

Le défi que se donne l'économie de communion est de replacer l'agapè au centre de la vie, de la cité, comme facteur de civilisation, sans la confiner dans la vie privée.

57. Quatre voies principales peuvent y contribuer. En premier, montrer qu'il existe une économie agapique par des expériences concrètes et par des programmes de recherche qui les théorisent ; il faut donner une dignité économique à l'agapè en démontrant sa rationalité comme pour le contrat et la philia. En second, il faut dénoncer, au sein de la culture contemporaine, le caractère central du contrat comme fondement de la vie civile, et celui de la philia, vécue comme un communautarisme, ce « moi » géant porteur de « l'égoïsme de groupe ». En troisième, il est nécessaire d'approfondir une nouvelle déclinaison du « principe de subsidiarité », en passant d'une approche classique verticale (Etat, région, commune, ...) à une approche horizontale qui traite des relations entre la société civile, le marché et les acteurs publics. Que le contrat ne fasse pas ce que peut faire l'amitié, que l'amitié ne fasse pas ce que peut faire l'agapè.

Pour l'économie de communion, le contrat est un instrument subsidiaire à la philia et à l'agapè. La perspective socioéconomique de l'économie de communion est de faire grandir la fraternité universelle en instillant la gratuité au sein de l'acte économique.

En quatrième, pour l'économie de communion, contrairement à la pensée économique moderne, l'amour n'est pas une ressource rare qu'il faut économiser. D'un point de vue anthropologique, l'agapè est une vertu dont la valeur augmente avec son usage. Se limiter au contrat, c'est pratiquer le dumping relationnel. En reconnaissant et en récompensant l'agapè, on lui redonnera droit de cité.

Mais la pratique de l'agapè ne peut découler que d'une motivation intrinsèque, une réponse d'amour. Il n'est pas possible de la « payer », cela passe donc par la reconnaissance d'un désir authentique de gratuité de la part de celui qui agit, comme pierre angulaire de la citoyenneté.

58. Pour l'économie de communion, l'économie ne peut pas perdre le contact avec l'agapè et avec la gratuité. Les relations humaines ne peuvent pas se limiter à l'éros et à la philia. Pour elle, il ne faut pas couper les relations humaines de l'agapè et de la gratuité. Elles sont pour la cité, comme le levain ou le sel qui donnent leur saveur aux aliments.

Quand l'agapè est présente, les deux autres formes de réciprocité sont transformées en d'authentiques rencontres entre personnes. Les contrats, la philia, les dons, deviennent agapiques. C'est cette conception de l'agapè que retient l'économie de communion. Mais elle n'assimile pas cette forme d'amour à une pure inconditionnalité [gratuité, sans attente de

²² Eros, philia et agapè

retour]. Certains contrats, purement conditionnel, comme le micro-crédit, peuvent être plus agapique qu'un don inconditionnel.

Ce faisant, la vie civile comme la vie économique, s'expose à la blessure de la rencontre, prix de la bénédiction.

Economie et gratuité

59. La gratuité est aussi une expression du caractère ambivalents des relations humaines : joie ou souffrance si la gratuité est trahie. Nous ne savons pas mesurer la gratuité. Mais la vie en commun serait impensable en l'absence de comportements inspirés par la gratuité. Sans gratuité, pas de rencontre pleinement humaine avec l'autre.

L'économie de communion revendique la valeur, y compris économique, d'une relation aux dimensions multiples, ouverte au contrat, mais aussi à la rencontre de l'autre, inspirée par le don, pas sa bénédiction et sa blessure, une relation ouverte à la gratuité.

Le marché n'est pas un lieu de non-gratuité, comme le conçoit la modernité. Il suffirait de la supprimer complètement des actes économiques pour entraîner une implosion rapide de nombreux marchés. En particulier, dans une perspective théorique, l'économie civile, la coopération sociale, l'économie de communion, le commerce équitable, seraient incompréhensibles sans une part de gratuité.

La gratuité est intrinsèque à l'acte marchand

60. Contrairement à Smith, nous ne pouvons pas satisfaire nos besoins sans dépendre de l'amour des autres. La relation fondée sur l'intérêt réciproque ne suffit pas. La société ne peut pas se maintenir entre les hommes uniquement avec le rapport à l'utilité et la justice, sans lien réciproque d'amour et d'affection. La société ne peut pas fonctionner et se développer sans gratuité, en laissant le contrat gérer seul les relations entre personnes. Sinon, solitude et inégalités s'accroissent au sein de l'opulence de nos sociétés.

L'économie de communion refuse que le marché ait la prétention de devenir la forme principale de la vie en commun en pénétrant tous les domaines de la vie civile et publique. Il a vocation à rester un espace restreint où l'on peut se rencontrer sans se blesser. Il faut que les théories économiques imaginent une science capable d'instaurer la gratuité au sein de l'acte marchand et de proposer une rationalité qui ne soit pas seulement contractuelle et immune. La gratuité est intrinsèque à l'acte marchand.

61. Le charisme du grec « charis », ce qui donne la joie, dérive de la même racine que le mot « gratuité ». La gratuité est source de joie. Bruni entend par « gratuité » l'attitude qui pousse à aborder chaque personne, soi-même, en sachant que ce ne sont pas des « choses » dont on peut profiter : ce sont des réalités à aimer en soi, comme ayant une valeur bonne. Ainsi gratuité et motivations intrinsèque sont étroitement liées car renfermant en elles-mêmes leur récompense, ce qui me permet de ne pas instrumentaliser ma relation pour mon intérêt. La gratuité est un « bien méritoire » qui produit des externalités positives, même involontairement.

Pour Bruni, « le marché [moderne] est aux antipodes de la gratuité car il est fondé sur des calculs instrumentaux. Pour la modernité, il n'y a de gratuité qu'à l'extérieur du marché.

Pour Bruni, comme pour l'économie de communion, cette approche véhicule un message civil négatif et cynique. Il faut se poser au contraire la question de la conciliation de la gratuité avec les incitations financières et les dynamiques du marché et de l'entreprise. Il ne faut pas quitter le territoire de la gratuité, dimension fondatrice de l'humain ».

J. La culture du don²³

Donner toute légitimité à la gratuité au sein de l'économie, appelle aussi à aborder la question du don au sein de l'acte marchand. Ainsi, les différents chapitres auront permis de comprendre que la relation de réciprocité au sein de l'acte marchand est le premier pas à franchir pour sortir du dumping social généré par le contrat, le deuxième pas est de transformer cette relation de réciprocité en relation fraternelle. Relation fraternelle qui permet de vivre la gratuité au sein de l'acte marchand, pour parvenir au don intrinsèque à l'acte marchand qui est l'objet de ce chapitre.

Après avoir traité du triptyque fondateur constitué de la justice, de la charité et du don, il sera important de montrer que le don peut être « naturel » et qu'il ne peut pas être exclu du marché, car la gratuité et le don, expression d'une éthique, sont nécessaires à l'efficacité du marché.

62. L'économie de communion est nourrie de culture du don. C'est une de ses marques de fabrique en complément de la réciprocité et de la gratuité. Mais le concept de don ne peut pas se définir de manière absolue. Son sens est déterminé par un contexte, une intention et une finalité. L'intuition fondatrice naît de la vision scandaleuse d'une richesse en croissance pour quelques-uns qui côtoie une pauvreté intolérable pour les exclus.

L'adhésion de l'économie de communion à la culture du don, se comprend dans un contexte de refus de la pauvreté, dans l'intention d'aimer le frère et dans la finalité de donner du travail aux exclus pour les réinsérer dans la vie civile, dans la cité.

Justice, charité, don, un triptyque fondateur

63. La charité est supérieure à la justice, car aimer c'est donner du bien à l'autre. Mais la charité ne peut exister sans la justice. La justice est inséparable de la charité, elle lui est intrinsèque. La justice précède la charité, c'est un minimum. La charité exige la justice.

Dans les deux cas, il y a *renoncement* à une part de sa richesse, mais dans la justice ce n'est que la contrepartie légitime et nécessaire du service rendu, le juste prix ; mais dans l'autre, la charité, c'est un dépouillement volontaire au service de l'autre.

Mais la charité dépasse la justice, en la complétant par le don et le pardon. La logique du don n'exclut donc pas la justice. Elle ne se juxtapose pas à elle dans un deuxième temps et de l'extérieur. Tout est à sa place : *la justice d'abord, la charité ensuite, le don enfin*. Le don n'existe pas en soi. Il est un instrument, un comportement, un geste, une expression de la charité. Le don est intrinsèque à l'acte marchand que pour autant que celui-ci soit préalablement pensé et vécu comme une relation d'amour de réciprocité, ce qui est le fondement premier de l'économie de communion. Cela est possible car l'amour dans la vérité place l'homme devant l'expérience du don. L'être humain est fait pour le don qui exprime sa transcendance. Mais le don ne saurait être fondé sur une obligation, une dépendance, une recherche de statut, ou de prestige. Il repose sur une éthique de liberté et de générosité qui dépasse la pure réciprocité, sans être une absence de réciprocité.

²³ Ce chapitre est nourri de l'encyclique Caritas in Veritate

Se rapporter aussi à la Note « L'économie de communion, une culture du don ». Marc Reynaud. 25 11 202

Le don est « naturel »

64. Il suppose une attitude « allocentrique » ou « altruiste » qui ont, toutes les deux le même effet, celui de conduire à l'acte du don, mais les motivations intrinsèques ne sont pas de même nature. L'attitude allocentrique relèverait d'une disposition congénitale, « naturelle », un trait de caractère à certains êtres humains. En revanche, l'altruisme serait le libre fruit de la volonté et d'une approche morale.

Cette distinction peut être très utile pour assoir la nouvelle théorie économique car elle relativise le caractère « naturel » de l'égoïsme, considérée comme une donnée pour la théorie libérale classique. Si l'allocentrisme est aussi naturel que l'égoïsme, alors il est tout aussi légitime de proposer une théorie économique alternative à l'approche libérale classique. Cela étant, sans tomber dans le « naturalisme » car l'économie de communion est aussi fondée sur le concept de transcendance.

Au-delà de cet argument de débat contre le naturalisme, l'économie de communion privilégie le caractère moral de l'altruisme sur l'allocentrisme comme fondement de la relation d'amour de réciprocité.

Non à l'exclusion du don par le marché

65. Pour la vulgate libérale, les marchés agissent toujours et de toute façon en faveur du bien commun et donc de la justice. Le business n'a qu'une responsabilité sociale, celle d'utiliser ses ressources et de s'engager dans des activités destinées à accroître ses profits, et cela aussi longtemps qu'il pratique une concurrence ouverte et libre, sans tromperie ni fraudes (Milton Friedman). Dans ces conditions toute intervention de l'Etat, fût-ce en faveur de la solidarité, est néfaste et immorale. Il existe donc, d'une part l'entreprise ordonnée au profit, et d'autre part, le philanthrope, en tant qu'individu, qui peut se montrer généreux.

66. L'économie de communion refuse la théorisation d'une sphère économique régie par des principes fondamentaux différents de la sphère sociale, différenciation issue de l'humanisme de la Réforme protestante qui a vu l'émergence de deux éléments anthropologiques clés : l'affirmation de l'individu, des droits et de ses libertés, en tant que catégorie distincte, et le passage de la hiérarchie à l'égalité. Le marché incarne et pousse à l'extrême ces deux principes.

L'économie de communion remet donc en question la Théorie des deux Royaumes. Elle refuse une économie a-éthique et une philanthropie post-marché. Une fois de plus, il ne s'agit pas de rejeter le marché mais de refuser qu'il devienne la principale, à plus forte raison la seule, forme d'organisation de la vie en commun. Quant à la philanthropie, elle n'est pas mauvaise en soi, mais son rôle n'est pas de corriger, a posteriori, les dégâts collatéraux du marché, justifiant ainsi ces dégâts comme inévitables. La philanthropie, considérée comme l'amour du frère est partie prenante de l'acte marchand.

La gratuité et le don, expression d'une éthique, sont nécessaires à l'efficacité du marché

67. La cité de l'homme suppose, au-delà des droits et des devoirs, des relations de *gratuité*, expression de fraternité, de miséricorde et de communion. La gratuité est, ici, prise dans le sens « sans attente de retour » et non « sans devoir payer ».

Ainsi, le marché ne peut se limiter à la justice commutative, il doit prendre en compte la justice distributive et sociale pour assurer la cohésion sociale. Sans justice distributive

directement liée au fonctionnement du marché, sans solidarités internes et sans confiance réciproque, le marché n'est pas efficace, il a besoin de la justice, de la gratuité et du don. Le marché seul ne peut pas régler les problèmes sociaux, il doit rechercher le bien commun en tant que tel, sans séparer la production de la richesse, de sa juste distribution. La justice concerne toutes les phases de l'activité économique, c'est là une obligation morale. Ce sont les comportements de l'homme qui sont en cause et non le marché : l'éthique est au cœur du marché, condition exigeante de l'échange.

Dès la fin du XIX^{ème} siècle, un économiste comme John Stuart Mill, s'intéresse au mouvement coopératif comme processus social nécessaire pour instaurer l'égalité et la fraternité au sein des organisations productives.

68.L'économie de communion affirme, donc, le « caractère économique de plein droit du don », en cohérence avec son refus de la théorie des « Deux Royaumes ».

Mais ce caractère économique du don ne saurait s'appliquer aux seuls transferts de capitaux sans contrepartie entre nation ou au sein des nations, comme le prône François Perroux.

Il est aussi intrinsèque à l'acte marchand, favorisant ainsi une meilleure allocation des ressources au nom du bien commun et en faveur du bonheur public.

Ainsi, les transferts sociaux financés par des prélèvements obligatoires, ne sauraient être le seul mode de don entre groupes sociaux, au sein d'une même nation.

A ce don imposé par l'impôt entre groupes sociaux, il faut opposer, comme un préalable fondateur, une juste répartition de la valeur ajoutée dès sa création au sein de l'acte de production et de l'acte marchand par l'application d'un juste salaire et d'un juste prix. Ce juste salaire et ce juste prix contiennent une part de don volontaire du chef d'entreprise ou du consommateur qui acceptent ainsi d'aller au-delà d'un prix résultat du seul rapport de force au sein du marché. Ce n'est donc plus la maximisation de mon utilité égoïste qui est le paradigme régulateur du marché, mais la dignité et le bonheur de l'autre partie prenante à l'acte marchand. C'est grâce à la prise en compte de cette dimension qualitative, concrétisée par un don libre, que l'allocation des ressources est plus juste.

69.En termes sociologique et politique, il est impossible de penser une économie réelle sans réfléchir aux phénomènes de pouvoir et aux relations coopératives. En réalité le marché n'est pas régulé de façon automatique, mais par des luttes de pouvoirs. En particulier, les prix sont le résultat de rapports de forces asymétriques.

Aussi la concurrence doit être régulée, non seulement par le marché, comme espace de rapports de force, mais aussi par le juste prix, par l'Etat et par une nécessaire solidarité. Au-delà des pouvoirs négatifs, il peut aussi exister des pouvoirs positifs fondés sur la justice, le don et la coopération.

Les actes de charité individuelles ne nous exonèrent pas d'apporter des réponses structurelles et institutionnelles pour éradiquer l'injustice et la pauvreté. Cela étant, la réponse n'appartient pas qu'aux acteurs publics au travers des transferts sociaux et autres formes d'aides. Elle doit impliquer tous les acteurs économiques dans une juste répartition de la richesse créée collectivement. La justice précède la charité. L'altruisme volontaire, vecteur de la justice, a plus de prix que le don institutionnalisé qui porte le risque d'une déresponsabilisation de tous les acteurs qu'ils soient publics ou privés, sans oublier les bénéficiaires eux-mêmes. Il faut accepter le risque de la rencontre.

K. Le bien commun

Voilà plusieurs chapitres consacrés aux relations au sein de l'acte marchands qui ont montré que l'acte marchand peut être aussi l'expression d'une relation d'amour entre deux personnes qui contribue à une juste répartition de la richesse entre tous. Mais il reste une question majeure à traiter. A quoi sont ordonnées ces relations au-delà des personnes ? Elles sont ordonnées au bien commun de la société qui englobe le bonheur pour tous auquel est consacré un chapitre précédent. La boucle est bouclée. Le bonheur pour tous ne peut exister que si l'économie est régulée par des relations de réciprocité fraternelles au sein de l'acte marchand. Et, en même temps, ces relations doivent être ordonnées au bien commun dont fait partie le bonheur pour tous.

La personne et le bien commun

70. Le bien commun d'une société est l'ensemble des conditions sociales qui permettent, tant aux groupes qu'à chacun, d'atteindre leur perfection. Le bien commun est la dimension sociale et communautaire du bien moral de la personne. Mais le bien commun de la société n'est pas une fin en soi. Il n'a de valeur qu'en référence à la poursuite des fins dernières de la personne et du bien commun de la création entière. Sachant que la fin dernière des créatures, c'est Dieu.

On ne peut pas priver le bien commun de sa dimension transcendante qui dépasse la dimension historique de l'humanité.

La personne se réalise dans et par les autres, ce qui conduit à rechercher le bien commun dans toutes les formes de la vie sociale : famille, association, entreprise, ville, région, Etat, communauté de nations, ... Nous sommes tous responsables du bien commun et nous devons y coopérer. Il s'agit de réaliser le bien des autres comme s'il était le sien. Le bien commun est ordonné à la promotion intégrale des personnes en termes de justice et de paix, de pouvoirs de l'Etat, d'environnement, de services aux personnes, de générations à venir, de relations entre les nations.

Il faut attribuer à chacun ce qui lui revient en revenant à une juste répartition des ressources du monde, selon le principe de la destination universelle des biens.

La responsabilité en revient à l'Etat et à chacune des personnes.

Le but de la vie sociale est le bien commun, le bonheur terrestre, historiquement réalisable.

71. Le développement doit, donc, être au service du bien-être de chaque homme et de tous les hommes, en devenant intégral, endogène, décentralisé, participatif et compatible avec la volonté politique des populations. Des corps sociaux intermédiaires entre l'individu et l'Etat sont nécessaires, mais sans absolutiser les appartenances collectives, car la nation n'est pas un absolu mais une communauté de destin.

Le bien commun, en tant qu'objectif en soi

72. Le contrat et la philia n'ont pas la même conception du bien commun. Adam Smith propose de contribuer au bien commun de façon indirecte, de surcroît, à travers le développement de la richesse des nations.

Alors que la tradition italienne, avec A. Genovesi, veut atteindre directement le bien commun, le bonheur public, en tant que tel, se rattachant à la vision d'Aristote et de Saint

Thomas. Le second s'intéresse plus aux vertus civiles que le premier. C'est la posture de l'économie de communion.

73. Bien que présent à la naissance de l'économie, au XVIII^e siècle, le bien commun est absent de la théorie économique moderne²⁴ qui l'a remplacé par le « bien public », le « bien collectif ». Or, ceux-ci sont aux antipodes de la tradition classique et chrétienne. Ces biens restent dans une vision individualiste, car l'usage d'un bien public ne demande pas aux usagers d'instaurer une relation entre eux. En revanche, pour le bien commun [des personnes], il s'agit d'une relation entre les personnes, où l'utilisation des biens mis en commun sert de médiateur.

Ainsi, le bien commun relève d'une catégorie « personnaliste » et « relationnelle », alors que le bien public est individualiste et matérialiste. Le premier est centré sur les personnes²⁵, le second sur les choses. Il convient, aussi, d'introduire la notion de « biens communs » qui peut mobiliser aussi, dans certaines conditions, une vision communautaire.

74. Le concept de bien commun soulève de nombreux problèmes pour la science économique. L'impossibilité logique, pour un sujet, d'agir dans l'intention d'atteindre le bien commun et donc la nécessité de passer par le bien privé. Le problème d'information pour savoir comment s'y prendre à cause de la complexité du lien entre actions et effets, les bonnes intentions pouvant avoir des effets désastreux.

L'économie de communion reconnaît cette difficulté, mais elle n'adhère pas au « théorème d'impossibilité » énoncé par l'économie moderne. Il est possible de montrer qu'en partant de la définition orthodoxe du bien commun, la compréhension de la nature du bien commun est accessible à tous ce qui ouvre la possibilité d'y contribuer.

75. Les peuples progressent quand leur culture civile les conduit à interpréter le commun comme ce qui est « à nous », et ils régressent, ou ils n'avancent pas, quand ils considèrent ce qui est à « tous » comme n'appartenant « à personne » et donc que personne n'en n'est responsable. En conséquence, le bien commun n'est pas la somme des intérêts privés.

Sa définition sous-entend que l'on ne peut construire le bien commun, le « nôtre », que si l'on prend le risque de renoncer à une part du « mien ».

Une éthique fondée sur la loi naturelle

76. L'éthique est fondée sur la loi naturelle, enracinée dans la nature humaine. L'homme n'est pas son créateur, ni sa fin. En termes d'éthique, l'économie est ordonnée au développement plénier de l'être humain. Il faut libérer la pensée économique des interprétations mécanistes, individualistes et statistiques. Il faut l'ouvrir à de nouvelles logiques, celles de la complexité et des dynamiques socioéconomiques. L'économie n'est pas le régulateur suprême, elle doit être régulée par des exigences morales et par les Etats. Cette éthique ne saurait être fondée sur la seule Déclaration des Droits de l'homme et du citoyen, mais également sur le Décalogue et les Béatitudes chrétiennes. Se profile ainsi une vision universaliste appelant tous les hommes à partager les mêmes valeurs, au niveau mondial, l'humanité se réalisant comme une fraternité entre les races et les peuples.

²⁴ Ce n'est plus tout à fait vrai depuis la publication du livre de Jean Tirol sur « l'économie du bien commun »

²⁵ Cette vision personnaliste n'est pas celle de la Doctrine sociale de l'Eglise, du moins dans son approche orthodoxe.

Cette vision universaliste serait chrétienne, pour l'économie de communion, avec une tonalité franciscaine, ancrée dans la dimension sociale du catholicisme ce qu'il est par essence, car son fondement est l'amour, cœur de la Trinité.

Le profit n'est un surplus que si les coûts du statut humain sont préalablement couverts ainsi que les coûts liés au respect de l'environnement. Le profit ne peut être le moteur de l'économie que s'il est soumis à des contraintes d'intérêt général et de bien commun. C'est le développement de la ressource humaine, considérée dans tous ses éléments qui est prioritaire. Les Etats ont le droit et le devoir d'imposer aux entreprises la charge d'une participation au développement local et des obligations d'intérêt général.

L. La Cité Nouvelle, un espace de relations réciproques

De la même manière que nos relations réciproques doivent être ordonnées au bien commun, il faut prendre conscience qu'elles façonnent et sont façonnées par la cité. La nouvelle théorie économique ne peut donc pas faire l'économie de sa relation existentielle avec l'espace, dans une perspective historique.

L'espace est un don de Dieu²⁶ : le lieu fait le lien

77. C'est son « premier don à l'homme qu'il a installé dans un jardin, l'Eden, instrument de relation directe, confiante avec Lui [et avec l'autre]. Quand l'homme sera chassé de ce jardin par sa faute, il construira des villes, espace de mise en relation des hommes entre eux ». Et « notre destinée finale est la Jérusalem céleste, une ville, espace de mise en relation, non seulement des hommes entre eux, mais aussi des hommes avec Dieu. Dès aujourd'hui, nous sommes appelés à [sa] construction. Car l'homme a le pouvoir d'aménager l'espace pour l'adapter à la vie publique, mais avec une extrême attention. En effet l'espace conduit ceux qui y vivent, vers la finalité qu'il exprime. L'espace construit par l'homme, façonne l'homme en rendant réel ce qu'il signifie, ... ce pourquoi il a été réalisé ». Que ce soit l'espace d'un supermarché ou d'une église. « Ainsi l'espace d'une ville moderne ... a bien réalisé la mise en place d'une société d'individus strictement matérialistes ».

L'économie de communion ne pourra pas s'exonérer de traiter de cette relation entre l'homme et l'espace qui est un prolongement de la relation entre les hommes, pour en assurer la cohérence au bénéfice d'un espace qui privilégierait les modes de vie souhaités par la population et non ceux ordonnés par le tout économique.

Les villes sont l'écriture spatiale des sociétés et leur matrice

78. Elles expriment par leur urbanisme ce que nous sommes en tant qu'individus et en tant que sociétés, nos valeurs, nos styles de vie, notre organisation. Dans la Bible la ville est au centre des réalités humaines et de la symbolique. Toutes les civilisations ont construit des villes.

Dans la mesure où l'économie fait œuvre de civilisation, il est essentiel que l'organisation de l'espace, la dimension urbaine, la vision de la Cité Nouvelle, soit au cœur de l'économie de communion. Une part importante des réponses à la question sociale, à la pauvreté, passe par

²⁶ Jean-Marie Duthilleul. Ingénieur et architecte, membre de l'Académie pontificale des beaux-arts et des lettres. Magnificat. Février 2021.

un bon ordonnancement de l'espace. Il doit exister un aménagement du territoire, un urbanisme, un environnement de communion.

Cela n'est possible qu'en se rappelant que nous sommes tous responsables par nos libres choix de styles de vie, de cet ordonnancement de l'espace. Il existe une interaction étroite entre nos styles de vie et l'aménagement de l'espace. Mais les acteurs publics et les chefs d'entreprises sont les premiers responsables du résultat final. Leur adhésion à cette vision anthropologique nouvelle est essentielle. En un mot, l'ordonnancement de l'espace doit être facteur de communion, de bonheur. Par la réalisation de « Cités Pilotes », le Mouvement des Focolari fait œuvre prophétique.

La cité par et pour l'homme

79. La personne n'est pas ordonnée à l'utilité de la société, c'est la communauté qui est là pour l'homme. En effet, la communauté ne subsiste pas en elle-même, elle n'est qu'une simple unité de finalité et d'action. Les individus, et non les personnes, ne sont que les collaborateurs et les instruments pour la réalisation du bien commun communautaire, en vue du véritable bien commun spirituel qui lui est supérieur. La cité est pour l'homme et non l'homme pour la cité. Mais si la cité est pour l'homme, c'est en tant que ni la cité, ni la personne ne sont une fin dernière, protégeant ainsi la personne et la cité de toutes tendances individualistes ou totalitaires.

La personne n'est donc ordonnée au bien commun de la cité que pour autant que cette dernière soit elle-même ordonnée au bien supérieur de la personne qui est Dieu et non à l'orgueil, à l'égoïsme, à la volonté de puissance de la personne.

Ainsi, la cité est par et pour l'homme et l'homme est par et pour la cité.

La cité un espace politique dans une perspective historique

80. La politique occupe une place centrale au sein de la cité²⁷. L'homme est un animal politique et il a besoin de règles et de lois pour vivre-ensemble. La politique est donc la continuité de l'humain. La Cité est aussi une catégorie philosophique. Il existe une relation entre le monde existentiel et la condition politique. L'homme est un « être-là donné » alors que le monde n'est jamais donné, il est à faire pour que l'homme soit aussi un « être-ensemble ». L'œuvre de l'homme participe à la fabrication d'un « monde commun », dans la durée, distinct du monde naturel, qui permet la vie collective, et qui favorise l'entrée en relation, manifestant l'unicité et la communauté. Il faut assumer la fragilité de cet espace public.

81. De plus, toute anthropologie a des conséquences politiques. Le « monde commun » a disparu au XXème siècle. Que faire pour qu'une cité ordonnée au bien commun et au bonheur de tous, redevienne possible, soit une réalité pensée ? Pour qu'existe un après totalitarisme, un après modernisme et des hommes nouveaux ? Voilà autant de questions par lesquelles l'économie de communion veut se laisser interpeller.

82. Enfin, pour ceux qui veulent adapter notre vocabulaire pour être compris dans le débat public, Hannah Arendt nous met en garde : « Quand les mots se soumettent à la neutralité totalitaire [ou moderne], ... le monde est comme gelé ». Si l'espace politique est dévasté, l'inhumain guette.

²⁷ Hannah Arendt

Une question de taille²⁸

83. Quand un outil, un processus ou une organisation augmente de taille dans la perspective d'une efficacité et d'une profitabilité maximale, ce moyen tend à devenir hégémonique. Il devient dangereux pour les équilibres de la Cité. Ce processus est accéléré par la concurrence effrénée au sein de l'espace économique mondialisé. La rivalité conduit toujours à l'augmentation de la taille. Il existe une relation automatique entre la taille d'un espace de vie à l'échelle humaine et l'optimum de taille, d'un outil, d'un processus ou d'une organisation au service de la Cité et non de lui-même. Il faut que la taille du moyen soit adaptée à l'homme, à la société, à la Cité et non l'inverse. L'homme a besoin de limites.

84. Pour l'économie de communion, les questions de nombre, de taille, d'échelle, de frontière, sont des questions essentielles. Elles sont déterminantes si l'on veut vivre dans des sociétés, dans des Cités conviviales²⁹, proportionnée³⁰ à l'homme, à l'échelle de l'homme, sans que ce soit nécessairement le plus petit.

Le temps et l'Histoire

85. Le temps et l'Histoire ne sauraient se réduire à un progrès indéfini, sorte de mouvement perpétuel, dans la recherche insatiable d'un nouveau qui serait par définition meilleur, sans référence à la finalité transcendante de chaque homme. Nous ne construisons pas notre propre Histoire. Nous nous insérons dans une Histoire à laquelle nous apportons notre contribution, qui a commencé avant l'humanité et qui est ordonnée par les fins dernières. D'une certaine manière, nous sommes au service de cette Histoire qui se déroule dans le temps dont nous ne sommes pas maîtres. Le quotidien de nos vies ne saurait être notre seule préoccupation nombriliste, il est éclairé et ordonné par une perspective qui, pour l'économie de communion, a sa source dans la spiritualité chrétienne.

86. Pour l'économie de communion, l'homme a besoin de repères dans le temps. Il faut sortir de la fascination du mouvement qui caractérise l'ère moderne, de l'idéologie du changement pour le changement, objectif en soi. Non à la société liquide et à la fluidité universelle³¹. Ce n'est pas à l'homme de s'adapter au « progrès ». Le progrès doit, par essence, s'adapter au bien et à la vérité de l'homme dont la finalité est le « repos éternel dans la demeure du Père ».

87. Par sa vision, l'économie de communion veut contribuer à rappeler le vrai sens de l'Histoire de l'humanité. L'économie est un outil inséré dans l'Histoire

ENVOI

La révolution passe d'abord par notre transformation personnelle, jusqu'à l'abnégation³²

²⁸ Olivier Rey

²⁹ Au sens d'Yvan Illich et d'Olivier Rey.

³⁰ Au sens de Simone Weil

³¹ Selon François-Xavier Bellamy

³² Maurice Blondel, philosophe de l'action.

Tout est dit. Nous sommes la solution. L'économie de communion ne peut exister et se diffuser que grâce à notre volonté de la pratiquer, tout de suite. Notre responsabilité est engagée au bénéfice du bonheur de l'autre et de tous.

88. Pas d'économie de communion sans conversion de nos comportements personnels au bénéfice de l'autre.

En réponse à l'émancipation de toute morale par l'économie moderne qui prend les comportements opportunistes des hommes comme des faits naturels, l'économie de communion pose comme principe de la nouvelle théorie économique que les hommes peuvent renoncer à leur intérêt personnel au bénéfice de l'autre. Ainsi aux hypothèses de comportements orgueilleux, égoïstes, cupides, de domination, elle répond par des hypothèses de comportements humbles, altruistes, de don, de respect, de réciprocité.

Sa thèse : ce n'est pas l'outil économique qui est mauvais en soi, c'est d'abord l'usage qu'en font les hommes et les lois qui la régiraient de manière naturelle alors que ces lois ne sont que la prise en compte des travers de l'homme comme un fait intangible.

L'économie de communion refuse donc de considérer comme naturelles les déviances actuelles qui génèrent une exclusion insupportable. Elle veut dénoncer l'hypocrisie du système qui, sous couvert de bien, n'apporte, au final pas de réponse à la question sociale. Il s'agit par des exemples concrets qui existent déjà, de montrer que c'est possible de se comporter autrement pour favoriser une juste répartition de la richesse dès sa création et ainsi créer la confiance en cette nouvelle approche de l'économie, dans une concurrence apaisée. A chaque fois que l'opportuniste vous dit de limiter votre engagement, la morale vous dit de le respecter, et le don vous dit d'ajouter encore au dû.

89. Il va de soi que la diffusion de ces nouvelles pratiques économiques demandera du temps et restera en partie limitée, tant la nature humaine est centrée sur elle-même. Des désillusions sont possibles. Il est donc nécessaires, dans cette conversion des comportements, d'accepter que d'autres bénéficient de nos efforts au bénéfice du bien commun, en renonçant à notre propre satisfaction immédiate. Aussi, il convient d'oser s'interroger sur le sens profond d'économie de « communion ». La « communion » entre deux personnes, la « communion » au sein d'un ensemble de personnes, devient une réalité quand ces personnes sont liées par des relations d'amour de réciprocité, y compris pour les relations à caractère économique.

Nous voilà au cœur de la nouvelle théorie économique qui substitue à l'intérêt pour soi, l'amour de l'autre au sein de l'échange marchand. L'économie de communion est une économie de l'être et non de l'avoir.

En acceptant de renoncer librement à une partie de nous-même, ce qui est une forme de don, au sein de l'échange marchand, pour laisser l'autre prendre sa place, nous lui permettons d'acquérir un surcroît d'être, tout en recevant sa juste part de l'avoir.

Apparaît ainsi clairement, en substitution d'une civilisation de consommation, la contribution de l'économie de communion à l'instauration d'une Civilisation de l'Amour qui est la seule réponse efficace à la question sociale. Ce n'est plus moi qui suis au centre, c'est l'autre, le frère. Le mandat de départ est respecté.

90. Priorité au changement des comportements personnels

L'économie de communion n'est pas, en soi, une troisième voie entre le capitalisme et l'Etatisme, elle est un chemin étroit de changement des comportements des personnes et des organisations, agents socioéconomiques. Elle n'est donc pas un système mais un processus

qui interpelle, d'abord, la personne et la famille, puis l'entreprise, et les acteurs publics, en particulier l'Etat.

Comme le philosophe Blondel, l'économie de communion refuse toute forme de révolution. Une civilisation se construit lentement. C'est une illusion de faire table rase du passé et de croire à l'efficacité d'une décision soudaine. La révolution passe d'abord par notre transformation personnelle, jusqu'à l'abnégation. Il ne suffit pas d'une élite cultivée qui reste dans un ordre spéculatif, laissant à d'autres le soin de l'application. Il faut aussi une solidarité entre la pensée et l'action. De plus, toute œuvre civilisatrice doit être personnelle et communautaire, ordonnée à une fin transcendante.

91. Cette priorité donnée au changement de comportement personnel pour une relation de réciprocité est un enjeu stratégique.

Elle peut expliquer l'échec du personnalisme à changer la société. En effet, il ne suffit pas de penser le changement, il ne suffit pas de traduire cette pensée dans une vision politique, si elle ne se concrétise pas par un grand nombre de pratiquants. La réussite du libéralisme et du totalitarisme est fondée sur deux tendances majeures de l'être humain : la cupidité et l'orgueil qui gouvernent le monde depuis toujours. La civilisation de consommation qui a été plébiscitée par la très grande majorité des habitants de la terre est l'expression de la première tendance. Le capitalisme d'Etat est une des expressions de la seconde.

92. L'ambition de l'économie de communion est d'une autre nature rappelée par le Pape François en Février 2017 à Rome : « être le sel de la terre ».

Toute ambition serait vaine et une forme de mensonge, car la pratique de l'économie de communion relève d'abord d'une conversion personnelle, ce qui, par essence, ne peut pas être le fait d'une majorité. Les fondements chrétiens de l'économie de communion « ne sont pas de ce Monde ». L'économie de communion est une contribution à l'émergence du Royaume sur terre où les pauvres sont rois.