



Rendons l'Europe empathique et altruiste!

L'Europe est un acquis institutionnel. Elle reste à devenir une réalité socioculturelle. Le philosophe Jürgen Habermas, dans son texte «Rendons l'Europe plus démocratique!» publié dans Le Monde du 26 octobre, identifie deux obstacles majeurs à la construction européenne: la fragmentation politique, en particulier l'incapacité des politiciens à dépasser les modèles de gouvernance du 19es; et l'affirmation, par ces mêmes dirigeants, que l'Union politique ne peut se faire car «il n'existerait pas de peuple européen».

Pour Jürgen Habermas, la consolidation du fédéralisme semble être une nécessité, qui ne pourra cependant aboutir sans une solidarité citoyenne, dans une Europe plus démocratique. Il appelle à une intégration politique qui s'appuie sur «l'homogénéité des conditions de vie» et le «bien-être social», afin que la «richesse culturelle» et la «pluralité nationale» soient «protégées» des impacts de la globalisation. Dans son appel à davantage de démocratie, le philosophe allemand regrette aussi implicitement l'indifférence, voire l'hostilité des citoyens à l'égard du projet européen.

La crise, profonde, que traverse aujourd'hui l'Europe, montre que les institutions, le marché unique et l'Euro ne suffisent pas à nourrir une conscience européenne indispensable à toute construction politique solide.

L'idée d'Europe est commentée pour l'essentiel au regard de sa capacité à juguler la faillite des banques et les dettes des Etats, ou à renforcer la compétitivité internationale. Or, elle se veut également un projet de civilisation basé sur la valorisation de la diversité, la lutte contre le repli identitaire, le partage des souverainetés nationales. Ce partage est l'embryon d'une gouvernance mondiale d'autant plus nécessaire au regard des défis de la mondialisation.

La crise nous rappelle que la stigmatisation de l'allochtone, de sa culture, est encore bien vivante sur notre continent. Pourtant, le projet européen postule la capacité d'empathie à l'égard de l'étranger, par-delà les frontières.

L'Europe se traîne car elle souffre d'indifférence culturelle. Les citoyens de l'Union ignorent tout de leurs voisins, de leurs histoires, de leurs langues, de leurs cultures. Cette inappétence crée des frontières qu'un marché unique et davantage d'intégration économique ne suffiront pas à éliminer. Pire encore, elle accompagne le renouveau du nationalisme et des populismes.

Curieusement les chercheurs sont davantage enclins à étudier les intolérances nées du fait religieux qu'à s'inquiéter d'une telle incapacité à vaincre les préjugés et stéréotypes, obstacles à l'émergence d'une conscience européenne.

En définitive, la nature humaniste du projet est dissoute dans un discours inspiré d'une vision purement matérialiste et mercantiliste. L'Europe n'est pas seulement en crise de crédibilité économique; elle est surtout malade du manque de solidarité et de compréhension entre les nations qui la composent et en sont la chair.

Que devient la construction européenne, lorsque les idées, les arts, la littérature, les œuvres audiovisuelles, la musique, ne circulent pas? Cette construction n'a pas d'âme. Pour quelle raison?

Comment créer de la cohésion sociale au niveau européen, du vouloir vivre ensemble, de l'intérêt pour l'utopie européenne, dans une période de crise morale et économique? Sans doute convient-il de poursuivre l'intégration économique et financière. Néanmoins la défense de l'Euro ne saurait constituer un motif suffisant pour proposer plus de fédéralisme aux citoyens; il faudra pour cela un minimum de solidarité et de compréhension mutuelles. La Belgique (une petite Europe) n'est-elle pas sur le point d'éclater par manque d'échanges sociaux entre deux communautés linguistiques et culturelles?

Le marché unique, cœur du projet européen, favorise la consommation des biens culturels globalisés. Cet espace désavantage les productions locales qui sont l'expression des diverses cultures, il nuit à l'échange culturel et social intra-communautaire qui est pourtant un facteur de cohésion. Résultat, en dépit de son importance pour la construction d'une identité européenne, l'échange des biens et services culturels reste fragmenté sur des bases linguistiques.

Curieusement cette faiblesse du projet ne fait pas débat. Pourtant, après 60 ans d'Europe, il convient de faire le constat suivant:

- Il n'existe pas d'entreprises européennes de médias opérant sur une base transnationale (à l'exception de la chaîne franco-allemande ARTE).
- Le marché européen reste une fiction pour les biens et services culturels.
- La part de marché des films non nationaux européens est de 8% - contre 65% pour Hollywood.
- Les traductions de livres, la promotion des biens et événements culturels, le sous-titrage, la valorisation des langues sont les laissés-pour-compte des politiques d'intégration.



- L'Europe perd de son influence à l'étranger non par manque de créativité (au contraire) mais par absence de structures d'accompagnement (en matière de distribution et de promotion internationales) capables de compenser les faiblesses structurelles d'un marché culturel fragmenté et la taille insuffisante des entreprises européennes (seuls 2% des livres distribués aux Etats-Unis sont des traductions, et la part de marché de la musique ou du cinéma européen est inférieure à 7% en Amérique du Nord).
- Les politiques d'innovation et de compétitivité ignorent le secteur culturel, qui est pourtant source de créativité et représente 3% du PNB européen et 6 millions d'emplois (bien plus que l'industrie automobile).
- L'agenda numérique est focalisé sur les technologies et les réseaux... des réseaux sans culture.

Le projet européen a délaissé le champ de l'immatériel, de l'humain, du sens et du signifiant. Alors même que la science économique, le monde de l'entreprise, sont de plus en plus dominés par la recherche de sens, il reste sourd à ces changements et se cramponne à des politiques propres à une société industrielle révolue .

La communication sur l'Europe est un échec. Le mot «Europe» est un repoussoir marketing, une marque sans valeur. Les réseaux sociaux, ou des mouvements tels que «Slow Food», caractéristiques de cette conscience européenne, sont ignorés. L'Europe ne sait pas célébrer ses créateurs, faire la fête à ses talents au-delà des territoires linguistiques. Le rêve européen n'a pas pu se substituer au rêve américain.

On ne peut continuer d'ignorer que ce continent est d'abord un espace culturel, un lieu de vie et de communications,

un endroit de mémoires, un laboratoire d'échanges linguistiques, culturels et spirituels. Il est un territoire de créativité où s'enracinent des cultures locales ancestrales, nourricières de singularités et de créativité.

L'Europe a vu naître la démocratie, l'humanisme de la Renaissance, les villes, l'architecture, le design, l'art contemporain, la musique classique, l'imprimerie, le web, la norme MP3, la sculpture, l'opéra, le cinéma, le roman. En a-t-elle seulement conscience ?

Le projet européen ne doit pas rester l'otage des aléas de la conjoncture économique. M. Jean-Claude Trichet, ancien président de la Banque Centrale Européenne, a raison de prôner la nomination d'un Ministre européen des Finances. En écho, il convient de proposer celle d'un «Haut Représentant» dont le mandat serait de promouvoir un espace européen de l'imagination. L'objectif serait de faire sauter les barrières mentales, pour que l'Union européenne reste une idée moderne, altruiste et attachante. Sur le vieux continent. Mais aussi dans le monde.

1^{er} Novembre 2011

L'auteur : Philippe Kern (www.keablog.com), fondateur et président du centre de recherche KEA (www.keanet.eu). Ce centre est auteur de nombreuses études pour les institutions européennes, dont l'Economie de la Culture en Europe (2006) ou l'Impact de la Culture sur la Créativité (2010). Il est expert auprès des institutions européennes, du Conseil de l'Europe et de l'Organisation Mondiale de la Propriété intellectuelle. Il est fondateur et animateur de nombreux réseaux pan-européens (IMPALA, EFCA, Untitled (Sans-Titre), NPLD).

Visitez et rejoignez le groupe **CREATIVE EUROPE**
sur les médias sociaux LinkedIn et Facebook

Suivez-nous sur Twitter @KEAtweets

Commentaires sur www.keablog.com



EUROPEAN AFFAIRS