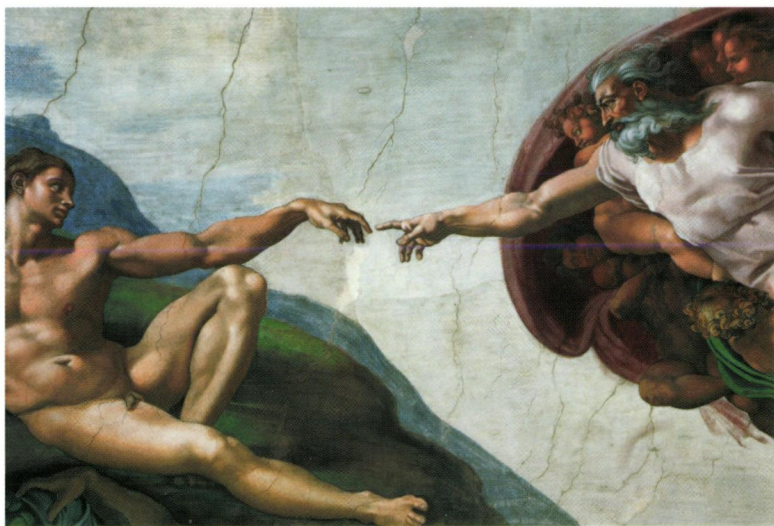


Philippe Simonnot

Le marché de Dieu

Économie du judaïsme, du christianisme et de l'islam



essai

DENOËL

Le marché de Dieu

DU MÊME AUTEUR
(Sélection)

- L'Avenir du système monétaire*, Robert Laffont, 1973.
Clés pour le pouvoir monétaire, Seghers, 1974.
Le Monde et le pouvoir, préface de Michel Le Bris,
Jean-Pierre Le Dantec,
Jean-Paul Sartre, Presses d'Aujourd'hui, 1977.
Les Nucléocrates, Presses universitaires de Grenoble, 1978.
*Mémoire adressé à monsieur le Premier ministre sur la guerre,
l'économie et les autres passions humaines qu'il s'agit
de gouverner*, Le Seuil, 1981.
Le Grand Bluff économique des socialistes,
Jean-Claude Lattès, 1982.
Le Sexe et l'économie, Jean-Claude Lattès, 1985.
Meir Kahane, le rabbin qui fait peur aux Juifs,
en collaboration avec Raphaël Mergui, Favre, 1985.
Homo sportivus, Sport, capitalisme et religion, Gallimard,
coll. « Au vif du sujet », 1988.
Doll'art, Gallimard, coll. « Au vif du sujet », 1990.
Le Secret de l'armistice, 1940, Plon, 1990.
39 leçons d'économie contemporaine, Gallimard,
Folio Inédit, 1998 (prix spécial 1999 du jury du Maxim's Business
Club, réédité huit fois à ce jour).
Juifs et Allemands. Préhistoire d'un génocide, PUF, 1999.
Mitterrand et les patrons, en collaboration
avec Yvon Gattaz, Fayard, 2000.
21 siècles d'économie, Les Belles Lettres, 2002
(prix Rossi de l'Académie française 2002).
L'Invention de l'État. Économie du droit, tome I,
Les Belles Lettres, 2003.
Les Personnes et les choses. Économie du droit, tome II,
Les Belles Lettres, 2004.
L'Erreur économique, Denoël, 2004.
Les Papes, l'Église et l'argent, Bayard, 2005.

Philippe Simonnot

Le marché de Dieu

*Économie du judaïsme,
du christianisme et de l'islam*

DENOËL

**Ouvrage publié sous la direction
de Renaud de Rochebrune**

Pour Marie-Jeanne

Introduction

« Je suis le serviteur d'Abraham. Yahvé a comblé mon maître de bénédictions et celui-ci est devenu très riche : il lui a donné du petit et du gros bétail, de l'argent et de l'or, des serviteurs et des servantes, des chameaux et des ânes. »

Genèse, 24, 34-36

« Tous les prophètes bien armés furent vainqueurs et les désarmés déconfits. »

MACHIAVEL

Blasphèmes ? — La nature économique de la religion — Les gens ont besoin de donner — Un monopole religieux doit s'appuyer sur l'État comme tout monopole — Diversité des demandes de religion — La religion en tant que bien collectif — Fidèles et resquilleurs — Monothéisme, monopole — Note sur la méthode.

Les relations entre l'économie et la religion sont fort intéressantes à étudier. Dans le sillage du célèbre livre de Max Weber^a ¹, de savants travaux ont été consacrés aux incidences économiques de telle ou telle pratique religieuse, ou encore à la doctrine économique incluse implicitement ou explicitement dans telle ou telle croyance.

Il est au moins aussi instructif, à notre avis, d'étudier l'économie proprement dite de la religion, c'est-à-dire de prendre la religion comme un objet susceptible d'analyse économique.

Nombreuses sont les sciences qui depuis deux siècles

a. Les notes de référence sont renvoyées à la fin du livre. Les ouvrages cités sont notés par leur date de publication, les données complètes de chacun se trouvant dans la bibliographie. Les notes explicatives sont en bas de page.

ont mis la religion sous les lentilles de leur « microscope » ou de leur « télescope » : l'exégèse, la linguistique, l'histoire, l'anthropologie, l'ethnologie, la sociologie, l'archéologie, la psychologie et même la psychanalyse. Il serait temps que les disciples d'Adam Smith s'y mettent ! D'autant qu'ils pourraient trouver chez celui qui passe pour le père fondateur de l'économie politique une démonstration éblouissante de ce que serait une authentique économie de la religion. Au contraire de son compatriote écossais le philosophe David Hume qui a un point de vue militant^a sur les superstitions religieuses², Smith applique objectivement à l'Église les catégories qu'il tire de sa propre discipline, et notamment celle du monopole^b.

Tout monopole, remarque-t-il, se traduit par une hausse du prix et une baisse de qualité de ce qu'il produit, car il n'est pas aiguillonné par la concurrence du fait même de sa situation de monopole. Une religion « bien établie » n'échappe pas à la règle, dans le cas de l'Église catholique comme dans celui de l'Église anglicane. Le prix du « produit » est plus élevé et sa qualité moindre que s'il y avait libre concurrence^c. « Dans une telle circonstance, écrit Smith, ce genre de clergé n'a communément pas d'autre recours que de demander au magistrat civil de persécuter, détruire ou chasser ses adversaires comme perturbateurs de la paix publique. Ce fut ainsi que le clergé catholique demanda au magistrat civil de persécuter les protestants et que l'Église

a. Hume est, pour son époque, un pionnier dans la critique des fanatismes religieux. Avec les prêtres commencerait la superstition si on l'en croit.

b. Dans des paragraphes de la *Richesse des nations* qui ont été et sont encore supprimés, pour ne pas dire censurés, dans beaucoup d'éditions. Cf. Stark et Finke (2000), p. 222.

c. Au passage, Smith nous rappelle ce que l'on a trop tendance à oublier, à savoir que, sur un marché, le prix n'est pas le seul paramètre qui doit être pris en considération. La qualité du produit joue aussi un rôle important. Et cela se vérifie tout autant sur le « marché » religieux.

d'Angleterre lui demanda de persécuter les dissidents, et qu'en général toute secte religieuse, après avoir joui un siècle ou deux de la sécurité d'un établissement légal, s'est trouvée dans l'incapacité de se défendre elle-même vigoureusement contre une nouvelle secte qui décidait d'attaquer sa doctrine ou sa discipline³. » Smith confirme au passage que tout monopole, fût-il religieux, a besoin de la force de l'État pour se maintenir durablement. Et finalement, en vain. Il anticipe par le seul raisonnement économique quel potentiel de violence physique est contenu dans la religion lorsqu'elle cherche à installer son monopole ou bien à le défendre. Violence qui était très actuelle vers la fin du XVIII^e siècle, au moment où il écrivait *La Richesse des Nations*, et qui hélas défraye encore aujourd'hui la chronique.

Blasphèmes ?

Alors que l'économie de la religion avait si bien démarré, Adam Smith a eu fort peu d'émules^a. Et il en est le premier coupable, il est vrai. Car, tout le reste de la *Richesse des nations* développe une conception de l'économie plutôt matérialiste qui laisse peu de place à l'immatériel, et encore moins au surnaturel. Mais avec la part grandissante des services dans le « PNB », l'économiste ne peut plus ignorer ce qui relève de la « matière grise », sauf à passer à côté de la réalité sociale contemporaine. Aussi bien les économies du sport, de la santé, de la culture, de l'information, du droit, de la politique ont-elles pris ces dernières années un essor dont chacun

a. Le flambeau a été repris aux États-Unis récemment par Robert Ekelund, Robert Hébert et Robert Tollison dans de multiples articles et ouvrages. Dernier en date : *The Marketplace of Christianity*. Les contributions du sociologue américain Rodney Stark à l'économie de la religion sont elles aussi fort importantes. Cf. Bibliographie.

peut se féliciter. On ne voit pas pourquoi la religion échapperait, seule, à l'emprise de l'analyse économique.

Il est vrai qu'il y a, pour les croyants, un aspect forcément « blasphématoire » dans cette démarche, avec parfois un certain risque pour celui qui blasphème. Mais comment l'économiste pourrait-il éviter de le faire lorsqu'il analyse la religion avec ses propres moyens, sauf à abandonner le point de vue scientifique et à sortir de son champ de compétence ? On lui demande de procéder avec prudence et humilité devant les grands mystères de ce monde. Faut-il le préciser, il ne s'agira nullement ici de prétendre expliquer la religion par l'économie, ni de recycler les théories de l'« opium du peuple », mais plus modestement de faire profiter la science religieuse des outils de l'analyse économique. La sociologie de la religion, née au XIX^e siècle avec Auguste Comte (1798-1857), a peut-être épuisé ses charmes. L'économie de la religion, en tout cas, est candidate à devenir *la* science religieuse du XXI^e siècle.

Du reste, s'il faut absolument des excuses à l'économiste pour s'attaquer à un domaine réputé antiéconomique ou a-économique, il dira que l'économie de la religion se trouve dans la religion elle-même. Ou du moins dans l'un des mythes les plus anciens, qui stipule que les hommes seraient inutiles aux dieux sauf s'ils les révèrent. Ainsi l'humanité aurait-elle été créée pour leur plaisir ; les dieux doivent boire et manger et c'est la responsabilité des humains de leur donner à boire et à manger. En d'autres termes, la divinité requiert des sacrifices, cette « part bénite^a » prise sur ce que les hommes

a. Nous employons cette expression par antiphrase à *La Part maudite* de Georges Bataille (1949). Dans cet ouvrage célèbre, l'écrivain croit déceler dans le processus économique une tendance permanente à l'excès qui ne peut se résorber que par la « consommation » — opposée à la simple consommation —, c'est-à-dire par le sacrifice, le don, la fête, le jeu, le gaspillage, la guerre, la destruction, etc.

s'échinent à produire, travaillant selon le commandement biblique « à la sueur de leur front ».

La nature économique de la religion

Pour faire entrer la religion, à son tour, dans cette « danse du scalp » scientifique, il faut d'abord se demander quelle nature économique est la sienne, si jamais elle en a une.

On distingue, *du point de vue de l'information*, trois types de biens : 1) les biens d'« inspection », dont on peut mesurer la qualité à vue d'œil (pommes, poissons à l'étalage), 2) les biens d'« expérience », qui ne se révéleront qu'après expérimentation (le repas qui vous est servi dans un restaurant), et 3) les biens de « croyance », dont la qualité repose sur la confiance que vous faites à leur producteur : vous ne saurez jamais avec certitude, au cas où vous seriez guéri, si vous devez la guérison à votre médecin ou à votre psychanalyste ou à la nature ou à la chance ; de même si vous gagnez ou perdez un procès, vous ne pourrez vérifier la part attribuable à votre avocat ; si votre banquier vous fait faire fortune, vous pourrez toujours prétendre qu'il n'y est pour rien.

Pour les biens de « croyance », on a institué, non par hasard, des ordres (l'ordre des médecins, l'ordre des architectes, l'ordre des avocats, etc.^a), en sorte de fournir un label de qualité qui puisse réduire la dissymétrie d'information entre le producteur et le consommateur qui est bien plus forte que dans les deux premières catégories.

Au cœur de la catégorie des biens de croyance, on pourra encore distinguer les biens de « croyance pure », où la dissymétrie d'information est à la fois maximale et

a. On sait de quelle tentative d'institution d'un ordre la psychanalyse a été l'objet ces dernières années en France.

bilatérale. Maximale parce que le résultat de la pratique religieuse, en particulier le salut éternel, est à la fois invérifiable et infalsifiable, pour reprendre les catégories bien connues de Popper (on ne peut vérifier ni que le résultat est vrai, ni même qu'il est faux), surtout s'il se situe dans une « autre vie », *post mortem*. Bilatérale, parce que le « client » ne peut pas vérifier la qualité du « produit » qu'on lui sert, et parce que, dans le même temps, le « producteur » ne peut pas non plus apprécier la sincérité du « client » sauf à sonder ses reins et son cœur. Certes, il a parfois recours à des « inquisitions », mais leur résultat, on le sait, n'est guère probant. D'où l'importance des rituels, des interdits alimentaires, des vêtements et costumes, des serments, des obligations de pèlerinage, des credo et des orthopraxies^a — course vaine à une preuve d'authentique croyance qui ne pourra jamais être apportée.

Si donc il y a de l'ordre pour des médecins, des avocats, des huissiers, *a fortiori* faut-il prévoir de trouver de l'ordre dans la religion, et c'est bien ce que l'on observe. C'est dire que, dans ce domaine, on doit s'attendre à une certaine méfiance pour la concurrence et à une cartellisation, voire à une monopolisation. La valeur d'un bien de pure créance reposant entièrement sur la crédibilité de son fournisseur, on peut supposer que ce dernier supportera difficilement la présence d'un concurrent rival qui voudra forcément mettre en cause cette crédibilité pour assurer la sienne propre.

On peut expliquer par ces caractères l'une des façons (ce n'est pas la seule, nous le verrons bientôt) dont une religion entre sur le « marché ». Il faut qu'elle apparaisse comme très nouvelle, bien sûr, pour attirer de nouveaux « clients », mais aussi très ancienne, pour les rassurer, la

a. Orthopraxie désigne des normes de pratique, opposée à orthodoxie, ou norme de croyance. On y revient plus loin.

longévité paraissant être un gage de qualité dans ce domaine et susceptible de réduire la dissymétrie d'information dont nous venons de parler. Ainsi, on le verra, le christianisme du premier siècle, tout en étant nouveau, a prétendu à l'antériorité par rapport au judaïsme, en se référant directement à Abraham. Et l'islam a fait exactement la même chose six siècles plus tard. Un exercice rarement réussi dans l'histoire et dont la difficulté renforce les tendances monopolistiques du « marché » religieux.

On peut aussi expliquer les énormes investissements que certaines religions consacrent à leur sanctuaire — des investissements d'autant plus coûteux qu'ils ne sont pas récupérables. Ainsi du gigantesque Temple de Jérusalem, inauguré par Salomon si l'on en croit la Bible. Ainsi des immenses cathédrales gothiques^a. Ainsi encore de la monumentale basilique Saint-Pierre à Rome. Chaque fois il s'agit de renforcer la croyance et la ferveur populaires par la magnificence des lieux de culte. Un peu comme des banques qui couvrent de marbre leurs bureaux et leurs façades pour rassurer leur clientèle.

Enfin, que des « saints » et des « martyrs » meurent pour leur foi vient encore renforcer la crédibilité de la religion qu'ils défendent. Le « prix » qu'ils paient semble garantir la qualité de leur croyance. Évidemment, si des « miracles » surviennent, ils ne font que renforcer la crédibilité de la religion à laquelle ils sont attribués.

Deuxième caractéristique, bien explorée par les sociologues depuis Auguste Comte et Émile Durkheim : la religion est un bien qui relie les hommes les uns aux autres, comme son étymologie l'indique. Elle va donc bénéficier des « effets de réseau » (parfois appelés dans

a. L'historien de l'art Henry Kraus soutient que les dons pour la construction des cathédrales étaient plus faciles à obtenir quand la menace de la peste était imminente. Cf. Kraus, H. (1979).

la littérature économique savante « effets de club »). À savoir que la valeur qu'un consommateur accorde à un bien dépend du nombre d'utilisateurs de ce bien. De même qu'une voie ferrée isolée ne peut fonctionner lorsqu'elle n'est pas connectée au réseau, de même ceux dont les ordinateurs ou les logiciels ne sont plus compatibles avec la majorité des autres utilisateurs voient leur investissement dévalorisé. Les plus forts sont encore renforcés et les plus faibles affaiblis. Comme l'on dit dans l'Évangile : « À tout homme qui a, l'on donnera, et il sera dans la surabondance ; mais à celui qui n'a pas, même ce qu'il a lui sera retiré⁴. »

Les effets de réseau sont bien connus des industries du transport et des communications : la concurrence entre les entreprises se fait par l'extension des réseaux et la valeur d'un réseau s'accroît considérablement s'il peut se connecter à d'autres réseaux. Dans ces domaines, le réseau a vocation à s'étendre à l'ensemble de la planète.

L'effet de réseau a même été mis en équation avec la loi Metcalfe, du nom de son inventeur : la valeur d'un réseau augmente en raison du carré du nombre d'utilisateurs. Si par exemple la valeur d'un réseau pour chaque utilisateur est égale à 1 euro, et qu'il y a 1 million d'utilisateurs, la valeur totale du réseau est de 1 million d'euros. S'il y a dix millions d'utilisateurs, la valeur totale du réseau tend vers 100 millions d'euros, soit dix euros par tête. Et ainsi de suite. Cette loi, évidemment, n'a rien de scientifique, même si elle est observable sur certains segments de certains marchés d'information ; elle n'en donne pas moins une image parlante de l'effet de réseau.

L'économiste aurait tôt fait de tracer ici un parallèle avec le « marché » des idées religieuses, et d'établir une « loi » du genre Metcalfe : une religion a d'autant plus de « valeur » pour le croyant, elle est d'autant plus crédible, qu'elle a plus de fidèles.

Aussi bien, devra-t-on s'attendre de temps à autre à

des expansions foudroyantes de nouvelles sectes, comme c'est le cas aujourd'hui en Amérique latine et en Afrique où les Évangélistes conquièrent chaque jour des « marchés » à une vitesse accélérée. Mais aussi ne sera-t-on pas surpris de constater des tendances au cartel, voire au monopole.

Les gens ont besoin de donner

Encore faut-il que la religion trouve à se financer.

Ici intervient un fait observable en tout temps et en tout lieu : les gens ont besoin de donner.

Même dans nos sociétés que l'on dit dominées par l'économie de marché, la part du don reste considérable. D'abord dans la vie de tous les jours, scandée par les fêtes, les anniversaires, les commémorations de toutes sortes, qui sont autant d'occasions de faire des cadeaux à ses parents et à ses amis. Mais il y a aussi des événements exceptionnels, soit causés par des catastrophes naturelles, tremblement de terre, inondation, tsunami, soit créés artificiellement par la radio et la télévision pour de grandes causes, lutte contre le cancer, la lèpre, le sida, etc., qui permettent de mobiliser massivement la générosité de chacun.

Il y aurait donc, sous-jacent à toute société, un gisement financier constitué de sommes, petites ou grandes, que de braves gens sont prêts à donner pour le salut de leur âme ou de leur santé mentale ou pour tout autre objectif^a. La division du travail aidant, des « compagnies » se constituent pour explorer, forer et exploiter ce gisement. Ce qui suppose que l'économie concernée soit capable de dégager un surplus. Le gisement n'est pas indé-

a. L'économiste peut se passer ici d'analyser ce besoin de donner, étudié par d'autres. Il lui suffit de le constater.

finiment extensible, même s'il est indéfiniment renouvelable à condition de ne pas toucher au capital. Tout lieu de culte, même la plus humble cure, peut ainsi être considéré comme une sorte de derrick planté là pour tirer, si possible, le maximum de la « part bénite » qu'il y a dans la richesse de chacun, même chez le plus démuné. Toute religion cherche à se brancher sur ce gisement fabuleux, et, si elle le peut, à s'en assurer le monopole sur un territoire donné.

S'il fallait justifier cette métaphore minière, on pourrait recourir aux prêches d'un certain Salvien, prêtre à Marseille au ^v^e siècle, entreprenant de détourner vers Dieu, c'est-à-dire vers les églises, les richesses qui corrompent le cœur des hommes. « D'une main indiscreète et brutale, commente l'historien catholique E. Lesne, Salvien découvre la source qui commençait à sourdre humblement au bénéfice des églises et travaille à en élargir les dégagements ; mais la nappe jaillissait d'elle-même des couches profondes, des croyances et sentiments chrétiens dont le prêtre de Marseille se fait l'interprète⁵. »

On observe une dynamique du don, parfois très puissante. Et l'appel à la générosité se révèle dans certaines circonstances très efficient et même trop efficient. On se souvient que, au moment du tsunami asiatique en 2004, Médecins sans frontières avait dû demander qu'on arrêât de lui envoyer des dons dont il n'avait plus l'emploi. De même, Moïse, si l'on en croit la Bible, fut-il obligé de mettre un terme à la collecte lancée pour construire le sanctuaire de Yahvé, qui n'est encore que la Tente du Rendez-vous^a. On était très vite arrivé à une situation où « le peuple apporte plus qu'il n'en faut pour le travail que Yahvé a ordonné de faire [...]. Les matériaux suffi-

a. La Tente du Rendez-vous sera installée par Josué à Siloé après l'entrée des Hébreux en Terre promise. David la transférera à Jérusalem au ^x^e siècle av. J.-C.

Pour la première fois, les textes fondateurs du judaïsme, du christianisme et de l'islam sont lus par un économiste. Une lecture enrichie par un recours aux découvertes les plus récentes des historiens et des archéologues qui permet de rendre compte de la construction et de l'évolution des trois grands monothéismes.

C'est en effet un authentique marché que Dieu aurait conclu avec Abraham, le père fondateur revendiqué par ces trois religions. D'où la constitution de la Terre promise, aujourd'hui encore âprement disputée. Paradoxe : le monothéisme tend à la destruction de la concurrence sur le marché des religions, puisqu'il implique la croyance à un dieu unique, exclusif de tous les autres, donc un monopole.

Ainsi s'est trouvée facilitée la perception des dîmes, dons et offrandes, ces « impôts volontaires » qui financent le quotidien des religieux et leurs investissements parfois somptueux. Est alors apparu le risque que ce monopole religieux, comme tout monopole, abuse de sa position : échappant à la concurrence, il augmente les « prix » de son « produit » alors même que la qualité de ses « services » se dégrade... jusqu'à ce qu'une religion concurrente réussisse à entrer sur le « marché ».

L'histoire des croyances se retrouve en fin de compte singulièrement éclairée par cette lecture du phénomène religieux du point de vue de l'économiste.

Philippe Simonnot, docteur ès sciences économiques, est l'auteur d'une vingtaine d'ouvrages d'économie et d'histoire. Parmi les titres les plus récents : *Les Papes, l'Église et l'argent* (2005) et *L'Erreur économique* (2004). Il dirige le site www.observatoiredesreligions.fr