



Les gens heureux connaissent leur histoire

Avec cette « Newsletter », l'ANRB se lance dans une nouvelle aventure. J'y participerai avec plaisir, en y tenant une chronique économique-financière, mais pour ce numéro, il m'a paru indiqué d'offrir une mise en contexte portant à la fois sur le sens de l'histoire et la valeur ajoutée de l'ANRB. Le début d'année est propice au regard prospectif. A l'économiste il est demandé de livrer des prévisions.

Il faut se réjouir de ce regard vers l'avenir, et plus encore quand il engage à l'action. Rien de pire que l'absence de perspective enthousiasmante ! Sans que cela minimise les souffrances du temps présent, et de toute façon celles imposées par la pandémie sont telles qu'on ne risque pas de les oublier, il faut d'abord regarder l'horizon. « *Over the valley* », dit-on en finance. Et c'est d'autant plus prioritaire quand, sauf à changer de trajectoire, ce qui nous attend, n'a rien d'une météo de tout repos. La situation des finances publiques était déjà un sujet de préoccupation avant la Covid, elle l'est forcément davantage aujourd'hui. Certes, avoir des taux d'intérêt à zéro aide à court terme, mais au prix de déséquilibres futurs exacerbés. Et, plus préoccupant encore, la question environnementale nous impose un changement de cap. Il y a 50 ans, il était justifié de s'attendre à ce que ses enfants bénéficient d'un bien-être matériel supérieur au sien, cela allait être le cas pour l'immense majorité d'entre eux. Aujourd'hui, cette vision prométhéenne de lendemains tendanciellement meilleurs s'est largement évanouie.

Le mot de Tolstoï est connu, « *les gens heureux n'ont pas d'histoire* ». Mais la clef du bonheur n'est pas de ne pas avoir d'histoire, ni de s'en inventer une, comme l'avait suggéré Claude Roy, non, elle est de connaître l'histoire, son histoire. Prenons le slogan de Donald Trump, « *Make America great again* », où le mot « *again* » n'a rien de fortuit. Il véhicule l'idée d'un passé où tout allait mieux. C'est évidemment une illusion. Michel Serres, dans « *C'était mieux avant* », l'a bien montré, avec une couverture de cet opuscule qui ne laissait pas place au doute quant au second degré de son titre : l'image d'une femme en train de faire la lessive à la main. Il aurait aussi pu évoquer ce qu'était la dentisterie il y a un siècle !

Pour ne pas être victime de ce genre d'illusion, il faut donc connaître l'histoire. Pour Churchill, « *Un peuple qui oublie son passé se condamne à le revivre* ». Et si c'est à l'histoire collective qu'il pensait, ajoutons combien connaître sa propre histoire, personnelle et familiale, aide à cette compréhension du monde, comme elle peut aider à comprendre un conditionnement culturel individuel.

En articulant, dans les familles, le présent et le passé, l'ANRB ajoute l'utile à l'agréable. Il ne s'agit pas de cultiver la nostalgie et de nourrir un passéisme quelconque, auquel puise largement le populisme, mais d'aider à s'enrichir de ce patrimoine informel qu'offre la mémoire des ancêtres. Et plus nous aurons conscience du passé, plus s'allongera l'horizon de notre vision du futur. Or, que ce soit en politique ou en entreprise, à l'objectif à brève échéance, il s'agit de privilégier la vue de long terme.

Trop souvent, se souvenir se limite à un « devoir de mémoire », où il s'agit d'évoquer nos responsabilités respectives dans les horreurs de l'histoire. **Il ne s'agit pas de gommer l'histoire, bien entendu, mais avoir la mémoire de ses aïeux est aussi, et d'abord, une chance. C'est une chance en ce qu'elle permet une mise en perspective historique, en ce qu'elle offre des points de comparaison, en ce qu'elle incite à la tempérance, en ce qu'elle pousse à la gratitude, en ce qu'elle exacerbe la conscience de la chance qui a été la nôtre. Tout ceci est de nature à nourrir à la fois le sens des valeurs et celui de la responsabilité pour agir au service du bien commun.**

Par Etienne de Callataÿ
Pour la newsletter de mars 2021