

Communiqué de presse pour diffusion immédiate

Zurich, le 18 septembre 2018

RKZ Focus de la Conférence centrale catholique romaine de Suisse du 10 septembre 2018 à Berne
Supermarché ou traiteur? Quel profil pour l'Eglise?

Objet de critiques ouvertes, l'Eglise catholique romaine est appelée à répondre à des attentes multiples. Au travers de quelle offre parviendra-t-elle à satisfaire les besoins de la société? Comment conservera-t-elle sa crédibilité tout en gagnant en visibilité? «La diversité et le fait de vivre avec des différences ne trahissent pas un manque de profil. Au contraire, ce sont là des caractéristiques essentielles de l'identité de l'institution ecclésiale», affirma Luc Humbel, président de la Conférence centrale, dans son discours introductif prononcé lors de la manifestation annuelle à but de réseautage de celle-ci à Berne. Pour le sociologue René Knüsel, la gestion de la diversité est une compétence clé qui permettra à l'Eglise de demain d'aiguiser son profil et d'attirer des personnes en son sein. A la condition, toutefois, qu'elle conçoive la diversité comme une richesse et qu'elle se confronte aux questions sensibles.

«L'Eglise catholique romaine en Suisse a incontestablement une certaine visibilité mais peu de profil», déclare Luc Humbel au début de la rencontre. Or, ce n'est que dans la mesure où l'institution se présente sous des traits bien définis et qu'elle agit en conformité avec ceux-ci que son action devient crédible et cohérente. Sous le titre «Supermarché ou traiteur? Le dilemme de l'Eglise: satisfaire tout un chacun ou adopter un profil clair?», le président de la Conférence centrale, ainsi que Ronald Christen, CEO du grand magasin bernois Loeb, René Knüsel, professeur de sociologie de l'Université de Lausanne, Annette Windlin, femme de théâtre, et Daniel Kosch, secrétaire général de la Conférence centrale, se sont tour à tour penchés sur la question du profil de l'Eglise de demain.

Reconnaître et promouvoir la diversité en tant que source de richesse

Face au pluralisme de notre société, la «solution universelle» est une idée qui ne passe plus. Une seule et unique offre ne saurait couvrir l'ensemble des besoins. Mais la diversité ne signifie pas l'acceptation indistincte de tout. L'Eglise doit défendre ses valeurs, même au risque de heurter: par exemple se distinguer sur des sujets tels que l'engagement en faveur des réfugiés et le développement durable, ou encore se positionner sans ambiguïté sur la problématique des exportations d'armes. Les thèses avancées par le président de

la Conférence centrale à propos des chances que recèle un profil clair de l'Eglise catholique en Suisse ont été abordées sous des angles très divers par les intervenants.

Pour le sociologue René Knüsel, professeur à l'Institut des sciences sociales de l'Université de Lausanne, un profil est susceptible d'être assuré au travers d'une approche ouverte de la diversité. Il voit dans la renaissance du sens de la communauté une chance pour l'Eglise du XXI^e siècle. Cette dernière pourra se présenter comme étant l'entité qui, par excellence, accueille les individus dans leur diversité et considère la différence comme une source de richesse. Cependant, répondre au besoin d'appartenance des individus implique aussi pour l'institution ecclésiale de se confronter aux questions lancinantes de notre temps et d'abattre les murs qui la symbolisent aujourd'hui encore. Dans cet ordre de réflexion, le chercheur se demande si «la place de l'Eglise n'est pas paradoxalement plus dans la rue que dans les temples que l'homme a construits» et qui sont aujourd'hui désertés.

L'authenticité: un signal fort contre l'interchangeabilité

Quand bien même son champ d'activité diffère totalement de celui de l'Eglise, le grand magasin Loeb, un établissement qui a vu le jour voilà près de cent quarante ans en ville de Berne, a des défis comparables à relever: aiguïser son profil de manière à donner aux individus l'impression que l'on s'adresse à eux de manière privilégiée. «En tant que grand magasin, nous sommes plus 'interchangeables' que jamais depuis l'émergence du commerce en ligne! Aussi, nous misons sur le contact personnel pour réussir», explique Ronald Christen, CEO de Loeb SA.

L'expérience d'Annette Windlin ressemble quant à elle à une passerelle qui serait jetée. L'auteur et metteur en scène de la pièce de théâtre à succès «Kloster zu verschenken» (couvent à donner) a choisi la provocation pour frapper les esprits et lancer la réflexion sur les murs et les barrières dans l'Eglise. «Ce qui touche véritablement et incite à l'action, c'est à la fois l'authenticité et l'abord sans détour des questions sensibles, même si ces dernières se révèlent douloureuses.»

Quel est le bon profil pour l'Eglise aujourd'hui? Et comment atteindra-t-elle les individus à l'avenir aussi? En lieu et place de recettes à succès, les participants à ce RKZ Focus se sont vu offrir des pistes de réflexion à la fois diverses et multiples. Dans ses propos de conclusion, Daniel Kosch relève qu'un profil plus aiguïté n'exige pas de faire un choix tranché: l'Eglise attire à elle des personnes lorsque son offre est inspirée par les deux options: celle, personnalisée, du traiteur et celle, diversifiée, du supermarché.

Pour tous renseignements: Daniel Kosch, secrétaire général de la Conférence centrale catholique romaine de Suisse

Tél. 044 266 12 01, e-mail: daniel.kosch@rkz.ch