

Éléments de différenciation de l'Économie de Communion

Qui sommes-nous ?

Cette question existentielle interpelle l'Économie de Communion comme elle interpelle les « hommes nouveaux » qui ont l'ambition et la volonté de la pratiquer et de la diffuser. Comment être convainquant sans avoir répondu à cette question.

Une première réponse a été apportée en définissant sa raison d'être : « *contribuer à apporter des réponses à la question sociale, en pratiquant l'amour du frère comme fondement de l'économie et de nos pratiques économiques*¹ ».

Mais un autre exercice paraît essentiel. Celui de nous définir par comparaison avec d'autres mouvements ou courants cousins, ce qui nous permettra de visualiser notre propre spécificité et nous accompagnera pour ne pas s'égarer dans des duplications concurrentes et médiocres.

Cette note est un simple « aide-mémoire » pour structurer une réflexion, une présentation, un débat. Il s'agit de montrer tout au long de cette note que, dès son lancement en 1991, l'Économie de Communion a une ambition globale qui, au travers de la question sociale, interpelle tout le système spirituel, anthropologique, économique, social et politique de la modernité. « C'est un bombe », pour reprendre l'expression de Chiara Lubich elle-même.

Mais cette « bombe » n'est pas limitée au partage en trois parts² des bénéfices des entreprises, qui fait toujours la « une » des présentations de l'Économie de Communion, encore aujourd'hui. C'est un changement de « paradigme » de fonctionnement de notre société où tous les acteurs, tous les agents sociaux, économiques et politiques sont concernés et pas seulement les entreprises qui ne sont que le cœur, le réacteur, du processus de retournement à mettre en œuvre.

Toutefois cette ambition est fondée sur le changement des comportements des agents économiques qui relève de la conversion personnelle, en particulier, au regard de la relation à l'argent et à l'autre. La nature humaine étant ce qu'elle est, il serait gravement présomptueux de croire que cette conversion va concerner la majorité de la population. Ce sera une minorité qui sera le « sel »

¹ Les bonnes pratiques de l'économie de communion. Arny, le 5 mars 2022.

² Nous reviendrons dans le texte sur ce partage en trois parts des bénéfices des entreprises de l'Economie de Communion

pour reprendre l'expression du Pape François le 6 Février 2017³. En revanche il faut espérer qu'elle sera suffisamment nombreuse pour apporter une réponse satisfaisante à la question sociale.

³ Accueil des représentants de l'économie de communion par le Pape François à Rome

Table des matières

L'AMBITION DE L'ECONOMIE DE COMMUNION : APPORTER UNE REPONSE A LA QUESTION SOCIALE	4
SOURCES SPIRITUELLES : LE CHARISME DE L'UNITE, FRUIT DE LA COMMUNION	4
UNE ANTHROPOLOGIE FONDEE SUR LA CULTURE DU DON	5
UNE NOUVELLE THEORIE ECONOMIQUE FONDEE SUR LE JUSTE PRIX	5
De nouvelles hypothèses de comportement	6
Un capitalisme nouveau/Une organisation nouvelle de la production	6
Le marché/Une organisation nouvelle d'échanges par le « juste prix »	7
POUR UNE ECOLOGIE INTEGRALE : SOCIAL ET ENVIRONNEMENT, TOUT EST LIE	8
LE TERRITOIRE, UN ESPACE DE REGULATION DE LA SOCIOECONOMIE	9
Réguler les effets de la théorie des avantages comparatifs.....	9
Réguler la théorie de la « destruction-créatrice » au bénéfice de l'homme	10
Le contrat social/le modèle social en cohérence avec le modèle socio-économique du territoire .	10
Le territoire une des parties prenantes de l'entreprise	10
L'ENTREPRISE EST ORDONNEE AU TRAVAIL	11
Une affaire de don.....	11
Le caractère central des entreprises au regard des enjeux sociaux	11
Prendre en compte les parties prenantes et les parties manquantes	11
Le refus de la « La théorie des 2 royaumes »	12
Pour une juste répartition de la valeur dès sa création	12
Un rapprochement avec l'entrepreneuriat social	12
Un management qui donne du sens au travail et valorise la relation emploi/travail.....	13
UN CONSOMMATEUR, EPARGNANT ET INVESTISSEUR DE COMMUNION	14
Les consommateurs prescripteurs	14
Le rôle pédagogique des entreprises	14
Les épargnants/investisseurs au juste placement	15
UN ETAT GARANT DU BIEN COMMUN ET REGULATEUR POUR LA JUSTICE.....	16
Le triptyque entreprise/Etat/Société civile	16
L'Etat garant du bien commun	16
L'Etat régulateur pour la justice	16
UNE EUROPE ET UNE MONDIALISATION ORDONNEE AU BIEN DE CHAQUE HOMME	17
Une mondialisation « régionalisée » pour une concurrence régulée	17
Une Europe de la cohésion sociale et territoriale	18
DES HOMMES NOUVEAUX AU SERVICE DE L'ECONOMIE DE COMMUNION	19
Professionaliser la diffusion de l'Économie de Communion.....	19
En guise de conclusion : POUR UNE CIVILISATION DE L'AMOUR.....	20

L'AMBITION DE L'ÉCONOMIE DE COMMUNION : APPORTER UNE REPONSE A LA QUESTION SOCIALE

1. Contribuer à apporter des réponses à la question sociale en donnant la priorité au changement de nos comportements, de l'intérêt individuel à la relation de réciprocité dans toutes nos relations sociales et économiques. Le changement de société passera par le changement de nos comportements, de notre culture individualiste, de notre style de vie. « Toute de conception de l'économie est l'expression d'une certaine culture, le reflet d'une vision du monde »⁴.

L'Économie de Communion est fondée sur une vision du monde centrée sur la fraternité universelle, sur une manière de vivre qui doit se traduire dans tous nos actes en termes de bienveillance, de vouloir le bien de l'autre, en un mot d'amour de l'autre. L'homme, malgré ces faiblesses, à tendance au don plutôt qu'à l'avoir. Cette « culture du don » caractérise l'Économie de Communion. Ainsi naît la solidarité, faisant taire notre égoïsme.

Il est important de constater que cette vision est partagée par Tristan Lecomte, entrepreneur social fondateur de la marque Alter Eco, dans un interview par un journaliste où il était interrogé sur les points communs entre les entrepreneurs sociaux : « *ils incarnent une transition culturelle. Nous sommes allés au bout de nos égoïsmes et du consumérisme et nous revenons à la question de l'être plutôt que de l'avoir* »⁵)

Il s'agit bien de changer le monde en nous changeant nous-mêmes, d'abord.

Éléments de différenciation : Cette vision humaniste d'une solution à la question sociale, fondée sur le changement de nos comportements, apparaît donc comme partageable par l'économie sociale et solidaire, ce qui n'est pas le cas avec l'économie libérale.

SOURCES SPIRITUELLES : LE CHARISME DE L'UNITÉ, FRUIT DE LA COMMUNION

2. L'Économie de Communion se caractérise d'abord par sa dimension spirituelle. Elle est fondée sur la spiritualité des Focolari et en particulier sur le charisme de l'Unité, fruit de la Communion, et sur la Pensée Sociale de l'Eglise Catholique. Cette spiritualité interpelle l'économie sur le « manque d'amour du frère », comme clé essentielle des réponses à apporter à la question sociale.

La tentation de gommer cette filiation est récurrente. Or nous avons le devoir de vérité sur ce que nous sommes, tout en proposant un chemin de pratiques qui sont ouvertes à tous les hommes de bonne volonté. Tristan Lecomte, vient aussi nous rappeler cette dimension essentielle de l'être humain. A la question du journaliste sur l'origine de ce besoin d'engagement des entrepreneurs sociaux, il répond : « *Cela se ressent au plus profond de soi. C'est une vocation très forte, comme une forme de spiritualité qui nous élève et nous dépasse. Cette dimension supérieure nous pousse à lâcher-prise. On est prêt à sauter sans parachute, car on sait que ce que l'on fait est juste, vertical et centré* »⁶. Eh bien ! Sautons sans parachute.

Éléments de différenciation : Ces sources de l'Économie de Communion ne sont pas acceptables, au premier degré, par tous les acteurs de l'économie sociale et solidaire et de l'économie libérale. Mais

⁴ Discours Chiara Lubich en 1999 au Conseil de l'Europe avec comme titre « Entre société marchande et société solidaire, vers quelle économie socialement responsable ? »

⁵ Cité in 5^{ème} édition du N° Spécial de l'Express 2016. Le rôle des entreprises face aux enjeux sociétaux. Isabelle Hennebelle.

⁶ *Ibidem*

on peut constater au travers des propos de Tristan Lecomte qui est considéré comme un acteur majeur du milieu de l'entrepreneuriat social, qu'une approche spirituelle peut être partagée.

UNE ANTHROPOLOGIE FONDEE SUR LA CULTURE DU DON

3. Dis-moi quelle est ton anthropologie je te dirais quel est ton économie et quels seront ses résultats. *L'économie libérale* est fille de Platon. Elle relève d'une philosophie idéaliste : de l'idée à l'idée, à une vérité subjective. La vérité n'existe pas en soi, elle est le fruit de l'idée que l'on s'en fait. Elle un fruit de la raison de l'homme. L'homme décide ce qui est bien, beau, vrai, juste, sacré. Il ne dépend que de lui. La vision de l'homme est négative. Il n'est dirigé que par son propre intérêt, il est individualiste. Ses motivations sont extrinsèques. Le don doit être soigneusement distingué de l'acte marchand qui, lui, est ordonné au profit. Le don ne doit pas venir « troubler » l'ordre économique qui est a-éthique. Les actes marchands ne sont que la rencontre de deux intérêts. Le contrat permet de contourner le risque de la relation et donc la blessure de la rencontre, en définissant les règles de droit qui soi-disant optimisent l'équilibre entre les deux intérêts.

4. Au contraire, *l'Économie de Communion* est fille d'Aristote et de Saint Thomas d'Aquin. Elle relève de la philosophie réaliste : du réel à l'idée, à la vérité objective. Le Beau, le Vrai, le Bien, le Juste, le Sacré sont des valeurs objectives. La vérité existe, la raison peut y accéder. Sa vision de l'homme est positive. L'homme peut être bon, vertueux dans tous ses actes. Il est altruiste et a le sens du don, du don de soi. Ses motivations sont intrinsèques. L'homme est un donné. « Le don est intrinsèque à l'acte marchand »⁷ L'économie peut être morale. Les actes économiques sont fondés sur la relation de réciprocité et ordonné librement au bien commun. « Mon bonheur est moins important que celui de tous les autres » (L'économie silencieuse. Luigino Bruni et Anouk Grevin. Nouvelle Cité. 2016). L'Économie de Communion accepte le risque de la relation et donc la blessure de la rencontre.

Cette approche anthropologique de l'Économie de Communion est audible par nos contemporains. Dans son livre « la soif de l'essentiel »⁸ le philosophe Reza Moghaddassi répond à la question de donner du sens au travail : « *comme la finalité de nos actions pour le bien commun est une des conditions de notre bonheur, nous cherchons à refaire circuler du sens dans le monde professionnel par la solidarité. Pour se sentir plus cohérent et ne pas s'en tenir à une logique comptable des bénéfices pour l'entreprise, il faut développer la gratuité, le don sans retour, pour nous relier à un sens supérieur, à une dimension qui nous dépasse* ». Il ajoute : il faut « *commencer par développer une motivation juste, une écoute de l'autre et de soi, pour mieux découvrir l'élan du cœur* »

Éléments de différenciation : il est clair que la différenciation fondamentale (ontologique) entre l'Économie de Communion et l'économie libérale ressort de l'anthropologie. C'est le cœur de l'enjeu pour l'élaboration d'une théorie économique porteuse d'une solution à la question sociale. Car la vision anthropologique fonde les hypothèses de comportements qui sont à la base de toute théorie économique.

Les idées mènent le monde sur le long terme. Il est impossible d'imaginer que l'Économie de Communion devienne un style de vie alternatif au mode consumériste si son anthropologie ne va pas de soi pour un nombre significatif de citoyens. Sa diffusion, en tant que telle, est donc stratégique.

UNE NOUVELLE THEORIE ECONOMIQUE FONDEE SUR LE JUSTE PRIX

⁷ Encyclique du Pape Benoît XVI Caritas in Veritate. 2009

⁸ Moghaddassi, Reza. *La soif de l'essentiel*. Marabout, 2018. Cité in n° spécial de l'Express 2016.

De nouvelles hypothèses de comportement

5. Pour Michaël Porter « En économie tout est comportement »⁹. Les comportements des agents économiques ne seront pas les mêmes selon l'anthropologie qui les anime. Pour l'Économie de Communion, les agents économiques :

- peuvent être vertueux,
- ils ne privilégient pas leur seul intérêt car ils sont dans une relation d'amour de réciprocité,
- l'utilité sociale est plus importante que leur propre utilité
- ils pensent que le don est intrinsèque à tout acte de relation, y compris l'acte marchand
- leurs motivations sont intrinsèques
- ils ordonnent librement leurs actes au bien commun,
- leur bonheur est moins important que le bonheur de tous

Un capitalisme nouveau/Une organisation nouvelle de la production

6. Il faut en particulier redonner à la *propriété* un sens cohérent avec l'anthropologie propre à l'Économie de Communion. La propriété n'est pas ordonnée à notre seul intérêt personnel, comme pour l'économie libérale. Son usage est ordonné au bien commun, au bien de tous.

Elle s'inscrit dans la perspective de la « *destination universelle des biens* ». Tous les biens de la terre sont à la disposition de tous. Il ne s'agit pas de les répartir de façon égalitaire, mais juste, pour que chacun, chaque famille, dispose des biens dont il (elle) a besoin pour avoir une vie digne dans la société où il (elle) vit.

Ce principe est lui-même ordonné à « *l'option préférentielle pour les pauvres* ». Ce dernier principe régle la juste répartition des biens en donnant la préférence aux pauvres, en commençant par les plus pauvres. C'est l'antidote du principe libéral du « ruissellement » qui professe que la richesse des riches se répartit automatiquement entre tous jusqu'aux pauvres. *Il ne faut pas commencer à enrichir les plus riches, il faut commencer par réduire la précarité des plus pauvres*. Cela a une conséquence immédiate sur la finalité des entreprises :

- la finalité sociale de l'entreprise est prioritaire,
- elle est ordonnée à l'épanouissement de ses salariés par un travail digne
- elle est ordonnée au bien commun
- la valeur qu'elle crée est répartie, dès sa création, de manière juste entre toutes ses parties prenantes
- la fonction de production doit intégrer au-delà du capital et du travail, le capital social et naturel,
- le profit est un moyen et non une fin,
- les dividendes sont un solde et non un objectif prioritaire
- l'entreprise est la propriété de la communauté de destin qu'elle constitue avec ses salariés
- l'entreprise est aussi une affaire de don
- tout n'a pas un prix, tout n'est pas achetable et vendable

Éléments de différenciation : Cette approche de l'entreprise, est partagée, pour partie, par de nombreux courants (Ashoka, Impact France, l'entrepreneuriat social, le commerce équitable, ...). Elle se traduit aussi par des législations nationales nouvelles, favorables à des statuts d'entreprise qui intègre explicitement la finalité sociale, les entreprises à mission¹⁰.

Par ailleurs, quinze personnalités de niveau international, appartenant aux milieux financiers et économiques ont signé, en Novembre 2016, un plaidoyer demandant que cette finalité sociale soit étendue à toutes les entreprises, dans le monde entier, pour éviter que la mondialisation de

⁹ Porter, Michael E. *L'avantage concurrentiel des nations*. Traduit de "The Competitive Advantage of Nations", Free Press, 1990

¹⁰ Loi PACTE du 22 05 2019. Art 176.

l'économie ne soit un échec social mettant en cause sa pérennité¹¹. De nombreux laboratoires de grandes écoles et d'universités, dans le monde, travaillent sur les nouveaux modèles économiques : circulaires, de proximité, sociaux, respectueux de l'environnement, etc... Toutefois, pour ces acteurs, le primat de la compétitivité et donc du profit, reste prioritaire tout comme la compétitivité et l'augmentation des résultats. Il faut que la prise en compte de l'impact sociétal se concilie avec le business, comme levier de compétitivité. Ce qui révèle que notre rapport à l'argent et à l'autre, est une des clés du système économique actuel et donc de l'évolution de nos comportements.

L'emploi et la question sociale, ne sont que rarement des objectifs en eux-mêmes.

Le marché/Une organisation nouvelle d'échanges par le « juste prix »

7. Le marché a pour objet d'organiser les échanges de biens et de services. Cette organisation est fondée sur l'équilibre entre l'offre et la demande, ce qui permet en particulier de fixer le prix auquel l'échange peut s'effectuer.

Pour l'Économie de Communion, ce prix ne peut être laissé au seul arbitrage du marché. En effet, cela reviendrait, de fait, à accepter la loi du plus fort au détriment du plus faible, en particulier du pauvre. La régulation ne peut pas venir du seul Etat, car cette intervention génère des effets pervers et des comportements opportunistes. La Pensée sociale de l'Eglise préconise une régulation fondée sur le *juste prix*, celui qui permet une vie digne dans le pays où vit le bénéficiaire de ce prix. Le *juste prix* n'est pas optionnel, il relève du "Tu ne tueras pas". Le juste prix est un prix plancher, librement consenti par les agents économiques. Le rendre obligatoire par une décision publique, le rendrait caduque.

Ce juste prix ne met pas en cause la loi de l'offre et de la demande puisque c'est une décision propre à chaque agent économique. Il modifie simplement le niveau d'équilibre. En effet, l'agent économique décide, par conviction personnelle, d'acheter à un prix qui intègre, non seulement l'optimisation de son utilité, mais également une utilité sociale du produit ou du service, qu'il apprécie en fonction des informations dont il dispose. Il accepte donc de payer un prix supérieur au prix du marché libéral, puisque ce dernier n'est régulé que par le seul intérêt personnel. La différence entre le juste prix et le prix du marché est donc un don, effet de la prise en compte par l'agent de l'intérêt de l'autre pour lui permettre de vivre dignement.

Ce comportement économique n'est pas utopique, il est tous les jours mis en œuvre par des entrepreneurs sociaux et par des consommateurs solidaires dans le monde entier. Il s'agit, pour l'Économie de Communion, d'en faire un élément central de sa théorie économique. On peut valablement penser que cela deviendra le paradigme fondateur de cette théorie. En effet, la pratique du juste prix impacte toutes les parties prenantes en modifiant automatiquement la répartition de la valeur créée, au cours même de sa création. Cela modifie donc, du même coup, le modèle social, en réduisant les transferts sociaux qui sont moins nécessaires grâce au juste salaire, cela favorise la croissance des entreprises sous-traitantes par leur juste rémunération, cela remet à leur vraie place les actionnaires, etc.

C'est le *consommateur*, c'est-à-dire chacun d'entre nous, qui détient la décision de mise en œuvre, demain matin, de ce juste prix. Il suffit qu'il change son style de vie en passant de la satisfaction de son seul intérêt personnel, à l'attention à l'intérêt de l'autre, à une relation de réciprocité, au don de soi. En faisant l'effort de s'informer sur les conditions de fabrication et de distribution des produits et des services pour pouvoir acheter ceux qui prennent en compte dans leur prix l'utilité sociale.

Elément de différenciation : le juste prix serait un des principaux éléments de différenciation de l'Économie de Communion. Elle serait la seule à en parler, à en formuler le concept comme fondement d'une théorie économique. *La théorie économique à écrire, mandat de Chiara Lubich¹², sera une théorie du juste prix*. En revanche, elle ne serait pas la seule à le pratiquer. L'entrepreneuriat social et

¹¹ https://www.lemonde.fr/idees/article/2016/11/16/la-france-doit-passer-a-une-economie-de-marche-responsable_5031791_3232.html consulté le 11 mars 2023

¹² In discours de Chiara Lubich. Dixième anniversaire de l'économie de Communion. 2001. Castel Gandolfo.

les consommateurs solidaires le pratiquent déjà, sans le théoriser. Enfin le juste prix se substitue au principe de « ruissellement » de l'économie libérale, il met concrètement en œuvre la préférence pour le plus faibles. Il supprime, aussi, le rapport de force au cœur de la formation des prix en économie libérale.

POUR UNE ECOLOGIE INTEGRALE : SOCIAL ET ENVIRONNEMENT, TOUT EST LIE

8. L'Encyclique *Laudato si*¹³ du Pape François constitue une source inépuisable pour nourrir la construction d'une théorie économique. Son approche globale de l'écologie, sous la dénomination « *d'écologie intégrale* », démontre que l'économie ne peut pas se penser sans sa sœur jumelle l'écologie intégrale. En effet la vision de l'écologie intégrale ordonne l'économie dans son rapport à l'homme et à la nature. Cette vision rappelle à l'économie libérale, que l'économie est encadrée dans l'écologie intégrale et ne peut pas s'en dédouaner. Elle rappelle de plus, que l'économie, comme l'écologie intégrale à sa source dans un Dieu-Amour Trinitaire. Le dernier chapitre de l'Encyclique le montre de manière magnifique. Il existe un continuum entre le spirituel, l'anthropologie, l'écologie et l'économie.

Saint-Thomas d'Aquin dans son commentaire à La Politique d'Aristote reprend à son compte sa formule lapidaire : « *Ars imitatur naturam* »¹⁴, les sciences doivent imiter la nature. Il faut entendre que la nature étant créée par Dieu, il n'appartient pas aux hommes d'aller au-delà de l'imitation, en dénaturant ou en manipulant, en instrumentalisant, la nature à leur profit, comme s'ils étaient Dieu. C'est très exactement la tentation prométhéenne de la science moderne, avec les biotechnologies et le projet de « l'homme augmenté ».

9. Les conséquences pour la théorie économique, portée par l'Économie de Communion, sont très concrètes :

- l'homme à la responsabilité de la gestion de la nature telle que Dieu lui a donnée (d'après le livre de la Genèse Ch 2). Il doit donc la respecter et la protéger pour la transmettre aux générations futures. En conséquence la nature n'est pas supérieure à l'homme et encore moins une sorte de divinité, comme le prône la tendance écologique radicale. Ce qui ne veut pas dire que l'homme ne pas en user, mais avec mesure, sans la manipuler ou l'instrumentaliser.
- les lois économiques doivent donc considérer la nature comme un capital à renouveler et non à consommer à volonté. Ce capital relève de la « destination universelle des biens » (cf. supra).
- les innovations de l'homme doivent être ordonnées aux principes de l'écologie intégrale, c'est-à-dire au respect de l'homme ET de la nature dans un équilibre harmonieux, aussi dénommé « bien commun ».
- les innovations technologiques ne peuvent pas être uniquement ordonnées à la maximisation du profit. C'est la dénonciation du « paradigme technocratique » par le Pape François¹⁵, dans le chapitre 34 de l'encyclique *Laudato si*. Paradigme qui est au cœur de l'économie libérale. Les innovations technologiques doivent d'abord être des innovations au service de la question sociale. Les innovations technologiques doivent donc être évaluées d'un point de vue moral, éthique, avant d'être mises en œuvre.
- la croissance monétaire et matérielle ne peut pas être infinie dans un monde fini. Ce mythe dangereux d'une croissance infinie, nourrie par l'innovation technologique, doit être combattue avec force en lui substituant une autre forme de développement (le changement de terme est majeur) fondée d'abord sur la qualité et les relations interpersonnelles.

¹³ Pape François, Encyclique « *Laudato Si'* » Librairie Vaticane, 2015

¹⁴ Aristote. Physique, II, 2, 194 a 20-25. Cité par la Revue Thomiste n°2/22.

¹⁵ Pape François, Encyclique « *Laudato Si'* » Librairie Vaticane, 2015 chap. 3

- dans cette perspective, le primat actuel de la numérisation de la société, de l'intelligence artificielle, doit être remis à plat dans la perspective d'une Économie de Communion. La relation virtuelle n'est pas substituable à la relation d'amour de réciprocité face à face. C'est aussi un des enjeux de la question sociale à cause des risques sur l'emploi.

Éléments de différenciation : Voilà des éléments de différenciation supplémentaires au regard de l'économie libérale. La prise de conscience de la responsabilité sociale et environnementale (RSE) fait des progrès et le réchauffement climatique devient de plus en plus un enjeu partagé. Mais cette prise conscience et le passage à l'acte qui en est la conséquence, ne concernent que l'enjeu climatique, un peu l'environnement au sens large, pas du tout la capacité de notre terre à supporter la diffusion des niveaux de vie de l'occident à la planète entière. Encore moins l'interaction globale de la création avec l'homme : l'écologie intégrale connaît pas. De plus il va de soi que cette responsabilisation nouvelle des entreprises doit contribuer à l'augmentation de la compétitivité et doit assurer des revenus élevés.

En revanche, les entrepreneurs sociaux sont très sensibles à ces enjeux, mais en distinguant le social de l'environnemental. La vision globale de l'écologie intégrale n'est pas encore partagée. L'Économie de Communion peut trouver dans l'entrepreneuriat social des bonnes pratiques très intéressantes et susceptibles de nourrir notre théorie économique. En particulier, sur les réponses en termes d'économie de proximité ou du champ de la concurrence mondialisée si ces réponses peuvent mobiliser des citoyens solidaires ou/et de communion.

LE TERRITOIRE, UN ESPACE DE REGULATION DE LA SOCIOECONOMIE

10. Rares sont les économistes qui prennent en compte de façon explicite le territoire dans leurs hypothèses ou dans l'application des lois économiques à l'échelle d'un territoire. Du point de vue de l'Économie de Communion, ce point est pourtant majeur. C'est pour cela que le ce paragraphe sur le « territoire » est traité à la suite de ceux sur l'« économie » et avant celui de « l'entreprise ».

En effet l'économie est un outil. Les effets de cet outil sont différents selon le territoire auquel l'outil est appliqué. La taille du territoire, les infrastructures qui l'irriguent, la densité démographique, la taille de la population, sa culture, le modèle économique du territoire, ses ressources primaires propres, sa situation géographique, etc. Il est donc simple de comprendre que la même loi économique peut donner des résultats très différents selon le territoire. Cela impacte, en particulier, des théories considérées, en économie libérale, comme vertueuses et allant de soi.

Réguler les effets de la théorie des avantages comparatifs

11. Cette théorie est utilisée pour justifier la création du marché unique de l'Union Européenne et la mondialisation des marchés, par la suppression de tous les obstacles à la libre circulation des biens et des services (droits de douanes, taxes sur les transferts financiers, règles de quota d'importation, uniformisation des normes, des règles sociales et fiscales, augmentation de toutes les formes de mobilités par la création d'infrastructures, ...). Cette théorie explique que la mise en concurrence des avantages comparatifs d'un maximum de pays, permet aux pays les plus compétitifs dans un domaine de produire pour tous les autres au coup le moins élevé et avec la meilleure qualité. Chaque pays se retrouvant, en fonction de ses avantages comparatifs avec une production spécialisée de biens et de services dont il exporte une partie vers les autres pays. Pour les produits que ce pays ne produit pas ou ne produit plus, il les importe pour satisfaire son marché intérieur.

Sur le papier, c'est parfait. Dans la pratique beaucoup moins. En effet certains peuvent n'avoir aucun avantage comparatif plus élevé que ceux de tous les autres pays, ou suffisamment peu pour que leur économie puisse compenser par son faible niveau d'exportations, les importations nécessaires à la vie de sa population. Cette situation est d'autant plus dramatique quand tous les pays ont une monnaie unique. Le pays sans avantages comparatifs ne peut plus les reconstituer en dévaluant sa

monnaie. Il ne lui reste que la dévaluation sociale, la baisse drastique du coût du travail par la réduction des charges salariales et la baisse des salaires nominaux.

C'est très exactement ce l'on subit l'Espagne, le Portugal et la Grèce, dans les années 2008-2010. L'Économie de Communion ne peut pas accepter que ce soit le revenu des familles qui soient la variable d'ajustement. L'ajustement doit se faire sur d'autres bases comme des subventions (et non les prêts) fédérales ou confédérales, des investissements extérieurs dans l'économie des pays faibles ou, en amont, ne pas accepter que ces pays fassent partie d'une même zone monétaire.

Réguler la théorie de la « destruction-créatrice » au bénéfice de l'homme

12. Chère à l'économiste Schumpeter, elle est utilisée par l'économie libérale pour justifier des destructions d'emplois, y compris massives, générées par des innovations technologiques qui augmentent la productivité du travail et donc réduisent le nombre d'ouvriers nécessaires, à production équivalente, ou, par leur complexité, rendent des ouvriers inemployables. Les réponses libérales sont cyniques : il suffit que les ouvriers soient formés, ou qu'ils aillent chercher du travail ailleurs, ou qu'ils reçoivent une indemnité de chômage en attendant que la production augmente en volume ses débouchés, grâce aux gains de productivité, et que l'on puisse leur proposer du travail. L'innovation technologique a pour conséquence automatique des flux migratoires importants pour adapter les besoins en main d'œuvre des entreprises. C'est l'expérience vécue par de nombreuses familles au XIX^{ème} siècle. C'est toujours le même processus aujourd'hui. Cette théorie se justifie en affirmant que la destruction des emplois par l'innovation permet de créer davantage d'emplois (ou des richesses) sur place ou ailleurs, et que le résultat final est globalement gagnant en permettant une croissance plus forte du PIB du territoire. En oubliant de préciser que ce sont les employés et leur famille qui ont subi les conséquences de ce processus.

Cette théorie devient totalement critiquable en milieu économique ouvert, c'est-à-dire, quand un territoire est plongé dans une concurrence qui s'exerce au-delà du territoire. Dans ce cas la destruction a lieu au sein du territoire et la création a lieu en dehors du territoire. Deux effets : le PIB du territoire baisse, donc l'offre d'emploi du territoire baisse. Les employés doivent rester au chômage ou aller chercher du travail à l'étranger dans un pays de culture différente. Si la protection sociale est élevée les chômeurs ne bougent pas. Dans le cas contraire, cela génère des flux migratoires. Encore une fois la variable d'ajustement est l'homme, ce qui n'est pas compatible avec une Économie de Communion, car elle n'est plus inclusive.

Le contrat social/le modèle social en cohérence avec le modèle socio-économique du territoire

13. Traiter du territoire, c'est donc aussi traiter du modèle social qui est fondé sur un contrat social porteur du bien commun, du bonheur de tous. Ce modèle social est dépendant des lois économiques et de la façon dont on les applique. Cette cohérence est essentielle pour que l'économie soit au service de l'homme et de sa dignité. Aujourd'hui s'affronte deux approches contradictoires : conserver, en France, le modèle actuel et faire comme s'il était compatible avec une économie mondialisée ou promouvoir une économie mondialisée avec un modèle social dégradé. Dans le premier cas, l'endettement et le déficit commercial augmentent entraînant à terme la banqueroute de l'Etat. Dans le 2^{ème} cas, il se produit une aggravation de la question sociale, sauf à mettre en place un revenu de base dont le financement est problématique en économie ouverte et qui interpelle la dignité de l'homme. L'Économie de Communion ne peut pas ne pas contribuer à faire émerger la bonne réponse car cet enjeu est au cœur de la question sociale qui est sa raison d'être.

Le territoire une des parties prenantes de l'entreprise

14. Sans son territoire pertinent, l'entreprise ne pourrait pas naître et croître. Elle est encadrée dans son territoire. Il lui apporte des terrains constructibles, des infrastructures, des services, des hommes formés, une culture, un climat, une localisation, un lieu de relations de réciprocité, de

construction d'une identité, etc. C'est donc une partie prenante à part entière, c'est une forme complémentaire de capital.

Éléments de différenciation : l'emploi et la question sociale ne sont pas des objectifs en soi. Seule l'augmentation de production de richesse et de profit constitue la centralité de ces théories économiques qui viennent d'être décrites. Le territoire n'existe pas, ni les populations qui l'habitent. Ce sont des variables d'ajustement. Ce qui ne peut qu'interpeller la théorie économique de l'Économie de Communion, en gestation. Il faudra apporter des réponses qui permettront de renverser la problématique par des comportements appropriés. Le territoire en tant que communauté de destin est un élément du bien commun. Il est une fin et non un moyen.

L'ENTREPRISE EST ORDONNÉE AU TRAVAIL

Une affaire de don

15. Le don est intrinsèque à l'acte marchand car le don est intrinsèque à toutes relations humaines, d'autant plus s'il s'agit de relation de réciprocité. Parler de don en parlant de l'entreprise n'est pas extravagant ou nocif comme voudrait nous le faire croire l'économie libérale. Oui, le don est partout dans l'entreprise, que ce soit dans la relation entre les salariés, dans la relation avec les clients, avec les fournisseurs, y compris dans les relations hiérarchiques, sans oublier le mécénat ou le don à des associations caritatives ou culturelles. Ces dons se traduisent par des coups de pouce entre collègues, des transferts gratuits d'informations, de brevets, des cadeaux d'entreprises, des remises gracieuses, des services spontanés, par le recrutement d'handicapés, de personnes en insertion, etc. Sans ces dons petits ou grands, récurrents ou exceptionnels, qui sont comme de l'huile dans les rouages, les entreprises, la société ne fonctionneraient pas. Un des grands paradoxes des grandes sociétés mondialisées, ordonnées au profit, c'est qu'elles cherchent à mobiliser leurs collaborateurs par des sentiments altruistes, mais sans le reconnaître explicitement. Ce qui génère des frustrations graves.

Le caractère central des entreprises au regard des enjeux sociaux

16. Pour l'Économie de Communion, l'entreprise est au cœur de la création de richesses du monde capitaliste. Elle doit être aussi l'outil de la répartition de la richesse créée. Elle est donc, aussi, responsable des enjeux sociaux. En un mot, l'entreprise est un acteur central des solutions à la question sociale. Il ne s'agit pas seulement de donner une part des profits, il s'agit, d'abord, de faire tourner les biens pour créer des richesses nouvelles et donc de disposer de davantage de richesses à partager. Les entreprises de communion sont des entreprises de croissance.

Prendre en compte les parties prenantes et les parties manquantes

17. L'entreprise doit prendre en compte l'ensemble de ses parties prenantes (clients, fournisseurs, sous-traitants, salariés, actionnaires), sans les instrumentaliser à son seul profit, mais en veillant au bon équilibre entre toutes. C'est un gage de pérennité et même de compétitivité financière et sociale.

Mais pour l'Économie de Communion, l'entreprise doit aussi intégrer dans sa stratégie managériale les « parties manquantes », celles qui constituent son capital non financier (le territoire, la nature) et celles qui sont exclues du processus économique : les pauvres. Pas d'économie inclusive sans la prise en compte des pauvres dans la vie de l'entreprise par des moyens à définir au coup par coup. Le meilleur étant assurément de leur proposer du travail, un emploi, même si leur niveau d'employabilité n'est pas au niveau requis, en commençant par respecter la norme pour les handicapés, telle que prévue par la Loi. C'est une forme de don. Mais cela peut prendre aussi d'autres formes, en partant des projets des pauvres, ce qui est fondamental et valorisant. L'accompagnement peut être financier, en nature, de compétence, etc.

Le refus de la « La théorie des 2 royaumes »

18. Cette théorie est née du scandale de la vente des indulgences au XVI^{ème} Siècle. Les protestants ont décidé que dorénavant, il fallait totalement séparer l'économie de la charité. L'activité économique est faite pour le profit, la charité intervient dans le cadre d'une décision personnelle indépendante de l'entreprise. C'est la règle de l'économie libérale qui est de culture protestante. Les entreprises n'ont pas à s'occuper de social, leur objet c'est de maximiser le profit. Pour la philanthropie, il existe des fondations qui sont financés par une part des profits personnels. C'est aussi le rôle de l'Etat qui prélève des impôts, d'assurer les transferts sociaux, à conditions que les charges soient réduites au minimum pour les entreprises et donc reportées sur les ménages comme pour le Danemark.

L'Économie de Communion récuse totalement cette approche. Elle promeut la répartition de la richesse dès qu'elle est créée, de manière juste, entre toutes les parties prenantes. La justice précède la charité. Il n'est pas acceptable que des profits gagnés de manière injuste soient en partie utilisés en aval de l'acte de produire pour soulager les pauvres qui ont été créés par des salaires injustes. Qui plus est pour valoriser le philanthrope en faisant sa publicité.

Pour une juste répartition de la valeur dès sa création

19. Dès sa création, un des éléments fondateurs de l'Économie de Communion, a été de demander aux entreprises adhérentes l'engagement de partager en trois parts leurs bénéfices comme concrétisation de la communion et du don. Une part (et non un tiers) pour l'investissement dans l'entreprise, une part pour les projets des pauvres, une dernière part pour la formation à la pratique de l'Économie de Communion. Notons qu'il n'y a pas de part pour les dividendes du ou des propriétaires de l'entreprise.

Il serait paradoxal que les profits répartis en trois parts soient le fruit de pratiques injustes, d'un mauvais rapport qualité/prix pour le client, de fournisseurs sous-payés, de salaires trop faibles, etc. Un préalable à la division en trois parts est donc nécessaire : le respect du « juste prix », celui qui permet de vivre dignement dans son pays.

Il faut que l'entreprise vende des produits ou des services au juste rapport qualité/prix, qu'elle paye ses fournisseurs au juste prix, qu'elle verse à ses employés de justes salaires, que l'échelle des salaires soit modérée, qu'elle règle ses impôts, qu'elle verse un intéressement à ses salariés, qu'elle réalise les investissements de croissance. Vient ensuite les part pour le projet des pauvres et la formation à l'Économie de Communion. Les dividendes sont un solde et non un objectif. Si son positionnement concurrentiel ne lui permet pas de verser des salaires au juste prix, il est toujours possible pour l'entreprise de compenser la différence par un intéressement plus élevé ou des avantages en nature.

Cette répartition de la valeur au juste prix doit globalement privilégier la création d'emplois, de postes d'apprentis, de stagiaires, ce qui est la meilleure réponse à la question sociale. L'intensité en emplois de la valeur ajoutée de l'entreprise doit avoir le pas sur l'augmentation de la productivité du travail si cela ne met pas en danger l'entreprise au regard de sa compétitivité au sein de son marché. Cela fera baisser de manière relative les profits mais ils ne sont pas un objectif prioritaire.

Une entreprise de communion devra aussi veiller à privilégier les augmentations de capital pour financer sa croissance et donc à limiter ses emprunts bancaires qui réduisent la liberté dans la répartition de la valeur, en ayant l'obligation de rembourser ses dettes, ce qui revient, aussi, à donner une partie plus ou moins importante de la valeur au banquier. Il vaut mieux croître moins vite.

Un rapprochement avec l'entrepreneuriat social

20. Les entreprises sociales (comme le Réseaux Ashoka ou Impact France, pour ce citer que celles-ci...) ont des pratiques qui sont proches de celles de l'Économie de Communion, avec parfois plus d'exigences. Ainsi les entreprises du réseau Ashoka sont « non-profit » ; tous les profits sont réinvestis dans la croissance de l'entreprise ou dans sa politique de répartition de valeur. Les échelle de salaires doivent être modérée. De plus l'objet de ces entreprises doit être social, soit par son objet social lui-

même ou soit par son recrutement d'handicapés, de personne en insertion, de personnes sortant de prison, etc.

Il faut souligner aussi les pratiques de l'économie sociale et solidaire qui se caractérisent par la diversité des statuts et des activités. Les pratiques qui intéressent la question sociale relèvent de l'accompagnement des handicapés, des personnes en insertion économique ou sociale. Il se développe depuis plusieurs années un véritable écosystème socioéconomique, véritable laboratoire d'une économie alternative qui vient compléter les approches de l'entrepreneuriat social et, demain, celles de l'Économie de Communion. En effet, des organismes comme les entreprises adaptées au handicap, les entreprises intermédiaires, les associations caritatives sont sortis de l'aide sociale aux pauvres. Elles ont fait émerger des modèles économiques hybrides dont les ressources sont d'origines multiples : publiques nationales et locales, dons privés de particuliers, d'entreprises, de fondations, et commerciales en vendant des services ou des produits fabriqués par les personnes accompagnées. Ces hybridations sont intéressantes à plus d'un titre : elles créent des effets de leviers pour l'argent public qui se raréfie, elles fiabilisent les modèles économiques, elles donnent une dignité aux personnes accompagnées qui ont un emploi, ou une vraie occupation dont les résultats sont visibles. Enfin elles offrent à des acteurs, venant d'horizons différents, de partager les mêmes projets et une estime réciproque.

Reste une dernière hybridation à réussir, celle entre les acteurs de l'économie sociale et solidaires, les entrepreneurs sociaux et les entreprises classiques. Cette hybridation avance bien dans les pays anglo-saxons, en particulier ce qui n'est pas le cas en France à cause de blocages idéologiques. Les acteurs de l'économie sociale et solidaire ne veulent pas, par principe, coopérer avec les entreprises classiques et les acteurs publics veulent favoriser une filière sociale et solidaire en parallèle avec les filières des entreprises classiques. Alors, qu'au final, il s'agit toujours d'entreprise.

Voilà un champ d'action très important pour l'Économie de Communion, tant en termes de positionnement, que d'hybridation, que de partenariat ou de prises de positions de principe.

Un management qui donne du sens au travail et valorise la relation emploi/travail

21. Pour l'Économie de Communion, le management des entreprises est, sans doute, un des domaines qui a fait le plus l'objet de recherches et de pratiques fondées sur la communion et le don entre les personnes au sein de l'entreprises. Cela se traduit par des pratiques managériales qui ne sont très différenciés au regard de nombreux courants cousins comme l'entreprise libérée, le leadership de l'amour, etc. La seule vraie différence, et elle est majeure, c'est la nonpriorité donnée au profit. En effet, cela permet de passer d'une relation empreinte d'hypocrisie à une relation en vérité car la finalité est cohérente avec le discours humaniste.

L'Économie de Communion est aussi interpellée par l'évolution du sens du travail couplée à la transformation de la relation travail/emploi. Ce questionnement est généré par la numérisation accélérée de la société et des entreprises avec des conséquences majeures sur les modèles économiques et donc sur le statut du travailleur et sur le sens de son travail. Les premières réflexions parues sur ces sujets osent parler d'enjeu civilisationnel. Voilà un autre champ de réflexion et d'action pour l'Économie de Communion.

Éléments de différenciation : la place donnée au don dans la relation qu'elle soit économique ou personnelle et qui invite le chef d'entreprise à se donner lui-même. La constante référence à la question sociale et non au profit. Le refus de la théorie des « Deux Royaumes » et donc la place centrale donnée à l'entreprise dans la répartition de la richesse créée. Une relation avec ses parties prenantes sur la base du juste prix. La relation de proximité entre l'entreprise et les pauvres. En revanche, l'Économie de Communion n'est pas la seule à préconiser le don d'une partie de la valeur créée au profit des pauvres par exemple certaines entreprises américaines donnent 1% de leur chiffre d'affaires à des fondations. L'Économie de Communion montre la voie, en France, en matière d'entrepreneuriat social et de partenariat avec l'économie sociale et solidaire.

UN CONSOMMATEUR, EPARGNANT ET INVESTISSEUR DE COMMUNION

Les consommateurs prescripteurs

22. Il faut mobiliser toutes les parties prenantes, en particulier les consommateurs compte tenu du rôle majeur des consommateurs dans la prise en compte des enjeux sociaux et sociétaux par les entreprises. L'entreprise a absolument besoin que ses produits et ses services donnent envie à ses clients potentiels de les acheter au prix du marché. Les consommateurs sont des prescripteurs redoutables qui ont capacité et une habitude de plus en grande à « zapper » entre plusieurs produits. Il est donc essentiel, dans la perspective d'une évolution de l'offre des entreprises qui intégreront dans leur stratégie leur contribution à la solution de la question sociale et environnementale, que les consommateurs partagent et soutiennent cette ambition pour acheter les nouveaux produits et services, souvent à des prix plus élevés. Autrement dit que les consommateurs, agents économiques se sentent, aussi, responsables de la question sociale et environnementale. Cela suppose de mobiliser ces derniers par une information et une communication qui mettent en valeur les produits et les services respectueux de l'homme et de la nature, pour qu'ils acceptent de les payer plus chers, par exemple. L'information du consommateur est, sans doute, l'enjeu le plus important. Elle devra être fiable, vraie et facile d'accès, par exemple, par un étiquetage clair sur sa provenance, sa composition et ses conditions de fabrication.

Le rôle pédagogique des entreprises

23. Les entreprises de communion sont d'autant plus concernées par cette mobilisation du consommateur, comme partie prenante stratégique, que le niveau d'ambition sociale est élevé et que l'impact sur les produits et services est plus important, particulièrement en termes de prix. En effet, en respectant le « juste prix » l'entreprise mettra sur le marché des produits et services à des prix plus élevés, car ils incorporeront une part « d'utilité sociale ». Il faut donc que le consommateur, par conviction, accepte que son prix d'achat intègre aussi une part « d'utilité sociale » en plus de sa propre « utilité », c'est-à-dire à accepter le « juste prix ».

Accepter le juste prix n'est pas sans conséquences pour le consommateur. Car cela le conduit automatiquement à réarbitrer la structure de son budget personnel ou familial et donc à modifier le niveau ou le type d'optimisation de ses revenus et de ceux de sa famille. Dans une société, pour laquelle le pouvoir d'achat est l'objet d'une préoccupation constante, on mesure la tension que l'application du « juste prix » pourra générer. Cela ne peut être, au départ, que de l'ordre de la conversion personnelle et familiale.

Achats « made in France », de proximité, achats de produits bio, tri des déchets, covoiturage, et autres comportements citoyens ou/et écologiques, ne doivent pas être minimisés car ils ont fait leur preuve comme chemin de prise de conscience que la prise en compte de son seul intérêt individuel n'est pas durable sur le long terme. Il s'agit avec le juste prix, de passer de l'écologie, limitée à la nature, à l'écologie humaine et, enfin, à l'écologie intégrale comme réponse à la question sociale.

Éléments de différenciation : L'Économie de Communion identifie le consommateur, agent économique, comme un acteur majeur de l'Économie de Communion, formant un couple essentiel avec l'entreprise, pour la pratique et la diffusion de cette nouvelle approche de l'économie. Il faut encore creuser ce point stratégique qui n'est toujours pas mis en valeur dans la communication internationale et nationale. L'économie sociale a de l'avance sur ce point avec le concept de « consom'acteur¹⁶ », consommateur engagé, conscient de l'impact de ses achats sur l'emploi et l'environnement. Et l'Économie de Communion dispose avec le « juste prix » d'un outil efficace à faire

¹⁶ Formé à partir des mots consommateur et acteur. Désigne un consommateur qui veut manifester son engagement à travers son acte d'achat éthique, équitable et durable.

partager, en distinguant bien dans sa constitution la part d'utilité individuelle et la part d'utilité sociale. Reste l'approche environnementale et donc la part « d'utilité environnementale » qui n'est pas explicitement pris en compte par l'Économie de Communion alors que le consommateur y est de plus en plus sensible.

Attention, le juste prix associé à des comportements vertueux vis-à-vis de la nature et à la numérisation accélérée de la société vont conduire à des modèles socioéconomiques en rupture par à celui existant en France, par exemple. Il ne faut pas exclure une réduction du nombre d'emplois classiques, l'apparition d'emplois ou d'activités de proximité, une autoproduction, du troc, une importance nouvelle donnée aux relations de qualité dans des activités de production de services communs, etc. Voilà un champ d'innovation et d'action naturel pour une économie dite « de communion » qui se pense comme experte en relations humaines. Peut-elle, veut-elle contribuer à répondre à la question : comment passer d'une société de consommation à une société de relations, de communion ?

Les épargnants/investisseurs au juste placement

24. Mais le consommateur est aussi un épargnant. Et en cherchant à placer au mieux son épargne, il se transforme en investisseur. Voilà, aussi, une facette essentielle de nos comportements qui ont besoin de changer pour répondre à la question sociale.

Le flux annuel d'épargne des Français dépasse 315 Md€ en 2023¹⁷. Une majeure partie est transformée en immobilier, une autre partie en comptes sur livret, constituant une épargne liquide, et une dernière part est placée dans des assurances vie, majoritairement en obligations, le solde en actions. Très peu va vers les TPE/PME qui sont les entreprises créatrices d'emplois, car les véhicules financiers existants privilégient les liquidités familiales, la pierre, les obligations des Etats et des grands groupes, les actions des grands groupes, et un peu les ETI de dimensions européennes minimum.

Sans réaffectation d'une partie de cette épargne, qui représente en stock 3550 Md€¹⁸, il ne sera pas possible de développer un écosystème d'entreprises sociales et de communion dans tous les domaines. Il faut absolument mobiliser un argent patient qui accepte un rendement à long terme ou un rendement plus faible, ou encore une part de rendement social. Il existe déjà un argent qui s'investit sans demander de dividende dans des réseaux comme ceux d'Impact France, d'Ashoka, d'Habitat et Humanisme, etc. Les parts investies ne perçoivent pas de dividendes, mais elles peuvent prendre de la valeur et être remboursées au bout de quelques années, selon le contrat. Certains pourraient arguer qu'investir dans une TPE/PME, qu'elle soit sociale ou non, est risqué. Effectivement, mais quelle est la différence entre un don qui est définitif et un placement qui est perdu ? Sur le plan financier, il n'y a aucune différence, mais les effets potentiels d'un investissement sont très supérieurs à un don car le premier peut créer un flux de richesses, alors que le second est un « one shot ». Entre le don et l'investissement, il faut privilégier l'investissement si c'est possible.

A ce jour, seule 1/1000 de l'épargne est placée dans l'entrepreneuriat social. Le premier objectif à moyen terme est de monter à 1%, l'idéal serait d'atteindre 10%. Concrètement, comment cela se traduirait pour le ménage épargnant ? Celui qui a 1000€ d'épargne en place 10€, celui qui à 10000€ en place 100€, ..., celui qui à 1M€ en place 100000€. On mesure ainsi, oh combien cet objectif est atteignable rapidement pour le flux annuel d'épargne. Il faut une plus longue période pour faire évoluer l'affectation du stock car cela suppose des ré-arbitrages qui peuvent être coûteux fiscalement et/ou psychologiquement.

Éléments de différenciation : à ce jour, l'Économie de Communion en France n'a pas mis en place d'approche sur ce domaine. Mais il existe des expériences dans d'autres pays qui peuvent servir de références. En revanche l'économie sociale et solidaire a 20 ans d'avance. La première réponse est d'accompagner ce qui existe pour contribuer à sa diffusion et au lobbying auprès des acteurs financiers et publics pour créer les véhicules financiers qui manquent. Pourquoi ne pas proposer, sans attendre,

¹⁷ In fédération Bancaire Française, L'ÉPARGNE DES MÉNAGES, mai 2024

¹⁸ Ibidem

que les pratiquants de l'Économie de Communion envisagent de répartir aussi en trois parts leur épargne annuelle, à l'image du profit pour les entreprises ?

UN ETAT GARANT DU BIEN COMMUN ET REGULATEUR POUR LA JUSTICE

Le triptyque entreprise/Etat/Société civile

25. Le triptyque Etat/Entreprise/Société civile est porteur des grands enjeux sociétaux, et il apparaît déjà dans l'encyclique *Centesimus Annus* et il a été de nouveau valorisé dans *Caritas et Veritate*. Cette convergence doit être soulignée. Une même approche portée par des acteurs venant d'horizons différents confirme son importance et même la nécessité de la prendre en compte.

L'entreprise est l'acteur central, la société, au travers de la figure du consommateur est le prescripteur, et l'Etat joue le rôle de garant du bien commun et de régulateur entre les différents agents économiques.

L'image du triptyque renvoie à la figure du triangle, figure indéformable. Elle nous renvoie aussi à la physique : seule une assise sur trois points est automatiquement stable. Enfin, pour les chrétiens, elle nous parle de la Trinité modèle de l'harmonie. On aura compris que le juste équilibre d'une nation est fondé sur ce triptyque qui protège de l'hégémonie du tout économie, de l'anarchie et du totalitarisme.

L'Etat garant du bien commun

26. Les comportements de chacun étant normalement et librement ordonnés au bien commun, une forme d'auto-régulation existe déjà. Elle doit être privilégiée car elle permet aux corps intermédiaires qui constituent la société civile de conserver leur liberté et donc leur part de responsabilité. Mais l'Etat a une fonction irremplaçable dans l'expression du bien commun et dans la garantie du maintien de son intégrité. En effet le bien commun ne se réduit pas à l'intérêt général, agrégat, oh combien discutable et manipulable, de tous les intérêts individuels. Le bien commun est, à la fois, une vision du bonheur public qui dépasse la somme des bonheurs individuels en les ordonnant au bonheur de tous, et une vision qui a besoin d'être partagée par tous pour exister comme ambition de chacun. Dans ce processus à renouveler constamment, l'Etat est irremplaçable grâce à sa légitimité acquise par les urnes ou par d'autres sources de légitimité.

L'Etat régulateur pour la justice

27. Même les promoteurs de l'économie libérale ont voulu, dès le XIX siècle un Etat fort comme garant du contrat. Tout en s'empressant de limiter au maximum ses capacités d'interventions directes dans les activités économiques. Voilà une ambiguïté qui est toujours présente. Toutefois « l'Etat régulateur » pose la question des lois et donc du droit, qu'il soit civil, pénal, commercial, fiscal, etc.

La pensée sociale de l'Eglise est partisane d'un Etat fort mais léger¹⁹. Fort pour éviter que les rapports de force au sein des marchés conduisent à des acteurs hégémoniques, et pour maintenir, ainsi, un marché atomistique, libre et transparents pour assurer une juste formation des prix des biens, des services, des salaires, des dividendes. Léger pour laisser la liberté des corps intermédiaires, pour réduire les impôts au minimum et pour lui permettre de se consacrer aux tâches régaliennes de la justice, de la sécurité et de la paix.

¹⁹ Pape Jean Paul II, Encyclique *Centesimus annus*, Librairie Vaticane, 1991

L'Économie de Communion, fille de l'économie civile italienne²⁰, privilégie, dans ces préconisations, un Etat qui insuffle, qui favorise les comportements vertueux par des « récompenses », des « incitations », plutôt que par des sanctions, des interdictions juridiques.

Éléments de différenciation : De même que les promoteurs de l'économie libérale ont pensé l'Etat, de même les porteurs de l'Économie de Communion doivent penser l'Etat. Ils peuvent s'appuyer sur les approches de l'économie civile, cousine historique de l'économie libérale, d'inspiration aristotélicienne et catholique. L'Économie de Communion ne peut pas faire l'impasse sur un droit de l'Économie de Communion, sur une fiscalité de communion. Il n'existe pas de théorie économique incarnée dans une société sans un adossement à une droit ad hoc, qu'il soit commercial, fiscal, ...etc. L'économie sociale en fait l'amère expérience depuis plus de vingt ans. Elle consacre une grande énergie à faire émerger un droit qui accompagne, facilite, légitime sa propre approche de l'économie. Pour quoi l'Économie de Communion ne se rapprocherait pas de cette autre cousine ?

UNE EUROPE ET UNE MONDIALISATION ORDONNÉE AU BIEN DE CHAQUE HOMME

Une mondialisation « régionalisée » pour une concurrence régulée

28. Arrêtons de confondre ou de ne pas distinguer « mondialisation des marchés » et « fraternité universelle ». Oui, la mondialisation, dans son acception humaine, a favorisé la liberté des déplacements, la connaissance des autres, une information plus régulière et plus large, un sentiment de solidarité globale. Mais il ne faut pas oublier ou méconnaître les conséquences automatiques d'un espace physique plus intégré par les infrastructures de transports, par les nouveaux moyens de transports physiques et de transmissions instantanées de l'information, des mouvements de capitaux, des décisions, par la suppression des barrières physiques, douanières, par la libre circulation des personnes, des biens et des services, par l'uniformisation des règles financières, fiscales, sanitaires, sociales, etc... Et il s'agirait d'approfondir encore cette intégration !!

Les conséquences automatiques de cette intégration à marche forcée, depuis 1945, sont connus des techniciens, plus des aménageurs du territoire que des économistes pour qui le territoire n'existe pas, sauf pour le faire disparaître : concentration des richesses, concentration des emplois, des hommes sur les territoires les plus performants en termes de pouvoir, d'accessibilité, de ressources humaines, de services... Ce processus continu crée des migrations, des espaces paupérisés, de l'exclusion et ce, de manière incrémentale à tous les niveaux de l'espace géographique mondial.

Il faut sortir des statistiques mondialisées qui font état de plus d'un milliard de pauvres sortis de la misère et de l'émergence d'une nouvelle classe moyenne par centaines de millions. Ce n'est pas faux, mais ce n'est pas juste. Car cela a pour contrepartie, une augmentation globale des inégalités par une concentration de la richesse sur quelques-uns aux revenus scandaleux et une paupérisation de pans entiers des populations des nations occidentales. De plus, en quoi est-il justifié que certaines populations soient l'otage d'une soi-disant réussite d'ensemble. D'autant plus qu'il n'est pas possible d'expliquer que cela va être provisoire. Tant que les classes moyennes des populations occidentales n'auront pas un revenu équivalent aux salariés à bas coût, elles verront leur revenu baisser, sauf à mettre en place un revenu universel financé par les bénéficiaires de la mondialisation mais avec des conséquences psychologiques graves.

Surtout ne pas croire que cette mondialisation, dans sa forme actuelle est irréversible. Elle n'est que le fruit de décisions collectives prises par nos dirigeants depuis les premiers accords de Bretton

²⁰ En Italie, la Responsabilité Sociale des Entreprises, plonge ses racines dans l'Economie Civile dans des textes qui remontent à la fin du XVIIIème siècle. Repris depuis une trentaine d'années dans les milieux universitaires, comme Luigi Bruni, cette approche privilégie les politiques économiques dont les activités de production de biens et services se réalisent avec et pour les personnes en faveur du développement local.

Woods en 1944. Ce qui a été construit pendant 75 ans, peut-être, non pas reconstruit ni déconstruit, mais réorienté dans les années à venir pour une mondialisation « régionalisée » et ordonnée à une cohésion territoriale et sociale. Plusieurs prises de positions de hauts dirigeants à Davos en 2016 via le plaidoyer pour une nouvelle mondialisation²¹, sont des prémices heureuses d'une nouvelle orientation privilégiant l'homme et non le marché.

Une Europe de la cohésion sociale et territoriale

29. La problématique de l'Union européenne est totalement dépendante de celle de la mondialisation car elle est pensée et organisée en fonction de la mondialisation et avec les mêmes principes : la création d'un marché unique encastré dans un marché mondialisé.

Le maître mot des décideurs européens depuis 1974, c'est « intégration » pour construire ce marché unique, graal qui doit régler tous les problèmes économiques, sociaux, territoriaux. Près de 45 ans plus tard, les résultats ne sont pas au rendez-vous :

- ségrégation sociale et spatiale importante, pays en situation très tendue,
- taux de chômage moyen pour UE à 28, en octobre 2024, de 5,9% (variant de 2,6% à 11,3%)²²
- taux moyen de chômage des jeunes de 15,3% pour l'UE à 28 (variant de moins de 10% à plus de 20%)²³
- concentration des richesses, des emplois et des hommes sur « la pentapole » du nord de l'Europe,
- soit une UE à plusieurs vitesses tant sur le plan spatial que social, même si le chômage a beaucoup reculé.

Précision importante : si on prend en compte les chômeurs qui ont travaillé quelques heures dans le mois (catégorie B et C), qui sont socialement des chômeurs, cela augmente les chiffres du chômage en UE de près de 50 %. Ainsi le vrai chiffre du chômage en Allemagne est largement supérieur au 6% annoncés fin 2024 (2,8 millions de chômeurs) si on prend en compte les 15% de sous-payés (3,36 millions)²⁴. Il est utile de noter, aussi, que le taux de chômage en zone euro de 6,3% est supérieur à celui de l'UE à 28. Il en est de même pour le chômage des jeunes. Alors que la monnaie unique devait être un accélérateur de croissance et donc de création d'emplois.

Il ne s'agit pas d'oublier que l'UE a été un facteur de paix depuis plus de 70 ans. Mais il convient d'être circonspect quant à la solution préconisée face à la situation actuelle : « plus d'Europe, plus d'intégration ». On est en droit de poser la question : l'intégration n'a-t-elle pas montré ses limites ?

30. Ne faudrait-il pas changer d'objectif ? Plus de cohésion sociale et territoriale ? Une Europe qui protège sa population contre le dumping social et environnemental des pays à bas coût ? En négociant ou en imposant des taxes compensatrices aux produits et aux services importés pour les mettre au niveau de nos protections sociales et environnementales. Il ne s'agit pas de fermer nos frontières mais d'être juste à l'égard des entreprises et des populations européennes et pédagogue vis-à-vis de nos partenaires extérieurs.

Peut-être faut-il aussi se poser des questions sur le fonctionnement de la zone euro. En particulier s'interroger sur les nouveaux mécanismes de solidarités à mettre en œuvre entre pays ou entre régions pour en finir avec les aides financières actuelles sous forme de prêts qui alourdissent l'endettement des pays, sans possibilité de reconstruction de l'appareil productif sur le long terme. Comme dans toutes zones monétaires, il faut des subventions d'investissement interétatiques ou ciblées sur des régions, seules en mesure de redonner aux pays ou aux régions en difficulté, des avantages comparatifs suffisants.

²¹ <https://www.rfi.fr/fr/economie/20180127-davos-plaidoyer-mondialisation-vertueuse-macron-trump>
consulté le 11 mars 2023

²² www.touteleurope.eu consulté le 10 mars 2025

²³ Ibidem

²⁴ Agence fédérale pour l'emploi

Il sera sans doute difficile de faire taire les égoïsmes nationaux qui ordonneront la posture des dirigeants élus. N'est-ce pas un bel enjeu pour les acteurs de la société civile européenne.

Éléments de différenciation : Voilà encore un domaine sur lequel l'Économie de Communion ne pourra pas faire l'impasse et sur lequel un aggiornamento est nécessaire pour construire une vision juste de la mondialisation et de l'Europe au regard de la question sociale en France. Dans les conditions actuelles d'insertion de l'économie française au sein de la mondialisation et de l'Europe, il est impossible de régler la question sociale sans casse. La situation ne peut que se dégrader : ou on préserve le modèle social et la France mourra de surendettement, ou on rétablit les équilibres macroéconomiques de la France pour assurer sa pérennité et on fait éclater le modèle social actuel des Français, sauf à créer un revenu universel. La dernière alternative est de sortir de l'Union Européenne pour retrouver une liberté monétaire et minimiser la déflation des salaires. Mais est-ce raisonnable ?

L'Économie de Communion a donc une responsabilité à assumer en contribuant à mobiliser les acteurs capables de porter la pédagogie sociétale et les réformes obligatoires. On ne serait pas légitime pour promouvoir la communion entre les hommes dans la perspective de l'unité, si nous nous désintéressions du contrat social qui est un facteur structurant de la communauté nationale et un outil de solidarité concrète avec les plus pauvres.

DES HOMMES NOUVEAUX AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE DE COMMUNION

Professionaliser la diffusion de l'Économie de Communion

31. « La troisième partie des bénéfiques [des entreprises de communion] devrait être consacrée à développer des structures où des hommes et des femmes, dont la vie est animée par la culture du don, se formeraient pour devenir des « hommes nouveaux » sans lesquels ne peut naître une société nouvelle »²⁵ C'est en changeant nos comportements que nous changerons la société et que nous ferons émerger des réponses à la question sociale. Ce changement de comportement ne va pas de soi. Il ne suffit pas de le décider car le poids de la société actuelle est tellement lourd qu'il faut se former pour acquérir les savoir-être et les savoir-faire de ces nouveaux comportements et s'approprier les problématiques en jeu.

De plus, l'expérience nous montre, à l'exemple de l'économie libérale ou sociale, qu'il faut professionnaliser la diffusion et l'accompagnement des pratiques de l'Économie de Communion, si l'on veut que sa pratique sorte d'une approche personnelle pour devenir un courant sociétal, si ce n'est reconnu, du moins incontournable dans le discours public, relatif à la question sociale. A l'exemple de la banque rurale philippine Kabayan, du groupement des coopératives sociales Roberto Tassano, de la région de Gênes, de sociétés de conseil aux Philippines et au Brésil, entre autres...

Professionaliser veut dire des hommes nouveaux qui sont engagés dans l'Économie de Communion par leur travail dans des centres de recherches, des universités, des grandes écoles, comme enseignants dans les lycées et les collèges, comme dirigeants ou employés d'organismes de formation professionnelle, de sociétés de conseils, etc. Il s'agit de disposer d'un réseau de professionnels porteurs, en tant que tel, des fondamentaux, des valeurs, des pratiques liées à l'Économie de Communion. Toujours en s'inspirant des outils existants concernant la diffusion des bonnes pratiques économiques auprès des chefs d'entreprises, à l'exemple des réseaux de PLATO, de l'APM (association progrès du management), qui réunissent régulièrement le même groupe de chefs d'entreprises, sous réserve de payer une cotisation à un niveau suffisamment élevé pour rémunérer des intervenants professionnels reconnus.

²⁵ Discours Chiara Lubich en 1999 au Conseil de l'Europe avec comme titre « Entre société marchande et société solidaire, vers quelle économie socialement responsable ? »

Une question délicate, celle des outils financiers dédiés. Comme pour les exemples d'organismes cités ci-dessus, il ne faut pas qu'ils se réfèrent explicitement au concept de communion. Ce serait contreproductif. En revanche, comme pour l'entrepreneuriat social, il faut disposer de banques, de fondations, de fonds de dotations, de fonds de capital-risque ou de site de crowdfunding dédiés à des projets relevant de l'Économie de Communion, au minimum passer des partenariats avec certains d'entre eux.

Comment professionnaliser, aussi, l'approche des *consommateurs épargnants* ? Par les entreprises au travers de leurs propres employés, par des rencontres organisées dans les paroisses, les associations de familles, de retraités, de cadres, dans le cadre de la scolarité, en tenant des stands dans des manifestations dédiées à la consommation solidaire, par des opérations de type « tupperware ».

En guise de conclusion : POUR UNE CIVILISATION DE L'AMOUR

32. Les lecteurs avertis auront remarqué que ce programme de réflexion et d'action n'est que la déclinaison du mandat donné à l'Économie de Communion, par Chiara Lubich, dans son discours de 2001, à Castel- Gandolfo.

Ce programme peut paraître ambitieux. Il doit l'être. Il s'agit de la question sociale, du sort de 13 millions de pauvres, en France. Le sujet est complexe. Sa solution ne relève pas d'une approche incantatoire, mais opérationnelle fondée sur des moyens à mobiliser.

Sans projet mobilisateurs au nom du bien commun, pas d'hommes et de femmes engagés, pas de donateurs pour financer les projets, pas de contribution de l'Économie de Communion à la question sociale, pas d'économie de l'amour de l'autre, pas de Civilisation de l'Amour.

Marc Reynaud pour l'Institut François Neveux