

Présentation à la Plateforme de Paris le 26 novembre 2014

Business et religion : Les nouvelles formes d'entrepreneuriat

*Un grand **merci** à ceux qui ont prévu et organisé cette soirée. C'est une joie pour nous d'être avec vous. Nous sommes Chantal et José Grevin, du mouvement des Focolari, et sommes chargés par ce mouvement de coordonner l'initiative dite Economie de communion.*

D'abord nous vous dirons **ce qu'est l'EdeC** et d'où elle vient, puis des témoignages viendront l'illustrer d'abord par une **courte séquence vidéo**.

Et vos **questions** permettront sans doute de trouver les convergences avec l'esprit proposé par le Mouvement Hizmet.

L'EdeC a un peu plus de 20 ans. C'est Chiara Lubich, la fondatrice du Mouvement des Focolari, qui l'a suscitée quand elle est venue au Brésil en 1991. Les Focolari réunissent des personnes - plus de 200 000 au Brésil - qui ont choisi un style de vie fraternel, attentif à tous, et en particulier aux personnes les plus démunies. Depuis longtemps, nous pratiquons ce que nous appelons la communion des biens, c'est-à-dire que le superflu des uns est donné pour les nécessités des autres. Mais à ce moment-là **ce partage fraternel ne suffisait pas** à combler les besoins élémentaires de tous au Brésil.

Chiara Lubich propose alors **que des entreprises soient créées, pour générer** des richesses nouvelles destinées à ceux qui manquent encore du nécessaire. C'est le point de départ qui reste le premier but de l'EdeC.

La proposition concrète est la suivante : des chefs d'entreprise font le libre choix de répartir leurs bénéfices en trois parties afin :

1. **d'aider les plus démunis** à sortir de la misère et à retrouver une place dans l'économie ;
2. de diffuser **une culture basée sur les valeurs du don**, et de la fraternité ;
3. et bien sûr aussi de réaliser les **investissements nécessaires** pour assurer la pérennité de l'entreprise.

Bien des histoires pourraient être racontées de ces personnes qui ont risqué, qui se sont lancées, et c'est ainsi que l'EdeC est devenue une expérience concrète, vécue sous diverses latitudes, par près de 800 entreprises dans le monde. Ces chefs d'entreprise, souvent de petites entreprises, ont fait le choix libre de vivre dans leur entreprise une culture du don et de la communion, en croyant à la proposition audacieuse de Chiara Lubich.

Je vous raconte l'histoire **d'Ercilia Fiorelli au Brésil** :

Elle avait engagé une brillante carrière quand en 1991 le projet de l'EDC est né. Voici comment tout a commencé pour elle :

« Un soir, sous la pluie, je revenais en voiture de chez un client qui m'avait félicitée parce que les consultants de ma société obtenaient d'excellents résultats. A un moment, les encombrements m'obligent à avancer au pas, et je peux observer la favela près de la route. Pendant que, dans ma voiture je suis bien à l'abri, les habitants de la favela sont sous leurs toits de tôle, et la pluie s'infiltre partout dans leurs baraques. Dans cette voiture, devant la favela, consciente que le projet de l'économie de communion est audacieux et qu'il exige un engagement total, je décide de créer une entreprise pour que ce projet se concrétise et puisse renouveler mon pays. »

*Pour mettre ses capacités professionnelles au service des plus pauvres, Ercilia Fiorelli quitte le poste de direction qu'elle avait et elle **monte une entreprise de production de produits ménagers**. Elle démarre sur un marché tenu par les grandes multinationales, avec une chimiste, la seule employée, et des capitaux très réduits. Elle prend de **grands risques** et se dépense sans compter.*

Eco-Ar produit maintenant des millions de litres de produits ménagers par mois, apporte des emplois, et grâce à ses bénéfices, elle peut verser des sommes importantes pour les buts proposés : venir en aide aux plus pauvres et soutenir des structures de formation à cet esprit de communion.

*Qu'est ce qui est différent dans cette entreprise ? **La culture du partage et du don, vécue à tous les niveaux.***

*Pour donner du travail à un plus grand nombre de personnes, elle choisit de ne **pas automatiser** toutes les opérations. **Elle embauche** de préférence les gens les **plus vulnérables**, ceux qui n'auraient pas leur chance ailleurs.*

*Pour le client, elle fabrique **un bon produit** qui le respecte, un produit qui ne soit pas non plus nocif pour l'environnement.*

*Et **comment rester compétitif** avec tout cela ?*

C'est d'abord la qualité du produit qui fait la différence, et la motivation de tous.

*Eco-Ar a réussi à percer dans la grande distribution. Il y a quelque temps, un **hypermarché** (Carrefour) a exigé qu'elle baisse encore ses prix. Ercilia a considéré le prix imposé comme trop bas, déséquilibré; elle savait que si elle acceptait, elle ne pourrait plus dégager les bénéfices qui lui permettaient de donner pour l'EdeC, ce*

qui est le but ultime de son entreprise. Elle a donc préféré perdre ce gros client. L'hypermarché a annoncé que les commandes seraient suspendues en août. Mais en août les commandes ont continué. Ercilia s'en est étonnée auprès du responsable qui lui a répondu : « Quand nous avons retiré vos produits des linéaires, les consommateurs les ont réclamés, à cause de leur qualité. Nous avons donc décidé de les reprendre. »

*Bien sûr, pour pouvoir donner des bénéfices, il faut que le chef d'entreprise **renonce à garder pour lui** tout ce qui lui reviendrait normalement. Pedro, le fils d'Ercilia témoigne que le choix de sa mère n'a pas été facile pour lui : changer de mode de vie; adieu les beaux voyages à l'étranger et bien d'autres choses agréables dont il avait pris l'habitude ! Mais il ajoute : « Progressivement, j'ai compris que ce que j'avais perdu avait permis à d'autres de vivre ! »*

Le choix de l'EdeC par le chef d'entreprise a de grandes conséquences **sur l'entreprise** : il conduit au **renouvellement de ses pratiques** vers un plus grand respect des salariés, des clients, des fournisseurs, de l'environnement et de la légalité ... Vous allez entendre certains de ces entrepreneurs dans quelques instants, dans la séquence vidéo.

Le changement des pratiques dans la conduite de l'entreprise transforme en profondeur **les relations entre tous les acteurs dans l'entreprise** ; c'est une source de progrès, d'efficacité accrue ; quand les salariés ne se sentent plus en compétition, quand les fournisseurs ou les sous-traitants sentent que les relations sont justes donc durables, c'est la confiance qui grandit entre tous ces partenaires, de meilleurs résultats à long terme pour tous. Même si cela n'écarte pas les difficultés auxquelles ces entreprises sont confrontées comme toutes les autres sur des marchés concurrentiels et soumis à des crises.

Beaucoup des chefs d'entreprise engagés dans l'EdeC sont des croyants, convaincus que **Dieu agit** dans le concret de leur vie, **y compris dans leur travail pour l'entreprise**. Ils collaborent avec leur « **Associé Invisible** », comme ils aiment à le nommer : ils Lui demandent conseil, cherchent sa Volonté et décident avec Lui. Dieu est un associé qui reçoit à travers le pauvre sa part des bénéfices, c'est le choix fait en adhérant à l'EdeC. C'est aussi un Associé qui tient ses promesses, celles contenues dans l'Evangile, comme « Donnez, et il vous sera donné ». C'est de Lui que le chef d'entreprise reçoit un marché inattendu, une solution technique qui apparaît...

Ces chefs d'entreprise se retrouvent régulièrement pour échanger, se soutenir dans cette démarche à contre courant, à l'inverse des pratiques habituelles. Ils se forment à vivre la spiritualité de l'unité, échangent sur ce qu'ils vivent, partagent les échecs et les réussites, dans une vraie '**communion**' entre eux, ce qui aide à tenir le cap.

L'Economie de communion plonge donc ses **racines dans un projet spirituel, humaniste et concret**: des entreprises efficaces, insérées dans l'économie de marché, mais qui exercent leur activité économique en rendant possible l'expression de valeurs telles que le partage, la fraternité, le don.

Des étudiants attirés par cette pratique nouvelle d'une économie pour l'homme, ont choisi l'économie de communion comme sujet de leur mémoire de fin d'études ou thèse de doctorat. Des professeurs d'économie se sont intéressés à cette expérience qui remet en cause les schémas classiques. Plus de 300 mémoires ou thèses ont été soutenus dans le monde, la plupart sont disponibles sur le site de l'EdeC.

Nous avons parlé d'une partie des bénéfices donnés à des **personnes dans le besoin** : vous allez me demander : **donner à qui ? de quelle façon ?** C'est aussi une caractéristique très spécifique de l'EdeC.

Dès l'origine, l'EdeC s'est située dans une perspective très concrète : pourvoir aux **besoins de personnes** qui ne sont pas anonymes. Ces personnes ont un visage, elles donnent de leurs nouvelles, elles racontent, elles aussi, leur expérience du don et du partage. Elles sont parties prenantes au projet de l'EdeC. C'est là, dans cette réciprocité, que réside toute la force de l'EDC, l'élan qui anime tous ceux qui en sont les artisans, qu'ils soient entrepreneurs ou non. C'est l'esprit même d'une famille où il est naturel d'aider celui qui se trouve dans une passe difficile et de trouver toutes les ressources nécessaires pour cela. **Dans une famille il n'y a pas d'un côté ceux qui mangent et de l'autre ceux qui ne mangent pas.**

Cet **esprit de fraternité** ne se borne pas à soulager les misères matérielles. Il amène à considérer chaque homme, de quelque pays, race ou religion ou conviction qu'il soit, comme une personne digne d'attention, un frère qui doit retrouver sa place dans la société et grandir en humanité. C'est un esprit de fraternité qui, non seulement maintient toute sa dignité à celui qui reçoit, mais qui l'engage lui aussi dans la dynamique du don, car **tout homme a quelque chose à donner**.

Ceux qui sont aidés financièrement sont des personnes qui participent d'une façon ou d'une autre à cet esprit, et essaient d'en tenir compte dans leur style de vie. Ils ont, à travers le Mouvement des Focolari et leurs amis, un lien fraternel et se soutiennent au quotidien. Ils vivent aussi une réelle solidarité avec tous ceux qui les entourent.

Nous espérons pouvoir témoigner qu'en privilégiant ainsi la relation, les **problèmes cruciaux de notre société**, comme celui de la pauvreté, peuvent être résolus. Ce petit peuple des Focolari est réparti dans le monde et est équivalent à la population d'un petit pays : si déjà parmi nous, il n'y a plus de pauvres, nous pourrions prouver au monde que **l'Evangile vécu** apporte des solutions concrètes, dont on peut s'inspirer pour faire face aux défis de l'humanité.

Cette aventure de l'EdeC n'est donc **pas du tout réservée** seulement à des chefs d'entreprise et à des personnes en difficulté. Rappelons-nous que sa deuxième finalité est de répandre la culture du partage, du don, celle qui privilégie la relation.

Chacun d'entre nous a donc cette possibilité de changer de cap et de donner à son mode de vie la marque du don et de la communion, y compris dans sa vie professionnelle. C'est une dimension de nous-mêmes qui nous pousse à nous ouvrir à l'autre, et nous libère de l'individualisme et du repli sur nous-mêmes.

Le milieu de travail, que ce soit dans une entreprise, dans une école, un hôpital, ou n'importe où, que ce soit dans une association, est un lieu privilégié pour expérimenter la communion.

Croire que les relations peuvent **passer de la confrontation à la rencontre**, de la concurrence à la coopération, de la défense de ses propres intérêts à la solidarité, et qu'une attitude de confiance peut être contagieuse, c'est déjà ré-inventer l'entreprise pour qu'elle devienne une **véritable « communauté de personnes »**.
