

# L'entreprise catholique selon Standard & Poor's

par Olivier Masclef, chercheur au GRACE  
et Benjamin Pavageau, professeur à l'Ircom



Olivier MASCLEF est Professeur de management stratégique et d'éthique des affaires. Il est de plus Chercheur Associé au GRACE où il coordonne le pôle «Don, Échange & Gratuité».

Le 20 août 2015, Standard & Poor's<sup>1</sup> a présenté aux marchés financiers son nouvel indice des valeurs catholiques : le *S&P 500 Catholic Values Index* (code : SPXCVUP). Ne sont retenues dans cet indice que les entreprises du S&P 500 qui suivent les directives fixés en 2003 par la conférence des évêques des Etats-Unis (USCCB).

Celles-ci se limitent à trois règles d'investissement socialement responsable en matière de répartition du chiffre d'affaires :

**1.** Aucun revenu ne doit provenir d'activités liées à l'avortement, la contraception, la production de produits érotiques ou pornographiques, l'armement nucléaire, chimique ou biologique, les mines antipersonnelles, le travail des enfants ou les cellules souches.

**2.** La revente de produits érotiques ou pornographiques ne doit pas dépasser 1% du CA.

**3.** La vente d'armement conventionnel ne doit pas dépasser 50% du CA.

L'indice est ainsi conçu «pour les investisseurs qui souhaitent suivre un indice de référence conforme aux lignes directrices de l'USCCB».

Cependant, au regard de la doctrine catholique concernant l'économie et la société, ce nouvel indice pose *de facto* des problèmes trop importants pour qu'un investisseur puisse s'appuyer sur lui en toute confiance.

Dès la sortie de l'index, Jenny Cosgrave, de la célèbre chaîne américaine CNBC, notait déjà la surprenante troisième place de la firme Exxon : selon elle, une contradiction complète avec l'encyclique *Laudato Si'* du Pape François.

Mais surtout, nous aurions pu en rester là si, cinq jours avant la sortie de l'index, le 15 août, le *New York Times* n'avait



Benjamin Pavageau est Professeur à l'Ircom, Chercheur Associé au GRACE et membre du "Turning Point Lab".

pas publié un article retentissant sur les conditions de travail au sein d'Amazon.

L'article, qui s'appuie sur l'interview de 100 collaborateurs présents et passés de la firme américaine, décrit des pratiques de management loin de correspondre aux principes édictées par la doctrine sociale de l'Eglise Catholique. Amazon encouragerait la délation, l'égoïsme et s'appuierait sur un «darwinisme délibéré» pour départager les winners des losers.

Elle exigerait de faire passer la vie de famille au second plan, utilisant des procédures d'évaluation pour s'assurer qu'une mère de retour de congé maternité «maintienne la priorité sur le travail».

Certains salariés qui ont souffert du cancer, de fausses couches ou de problèmes personnels graves ont dit avoir été injustement évalués ou évincés «sans même avoir eu le temps de récupérer».

Des mails seraient envoyés après minuit



de recherche incluant le don en économie. Pour cela, il convient de faire œuvre de réalisme en sciences sociales et, en particulier, en gestion.

*L'entreprise, une affaire don*, Pierre-Yves Gomez, Anouk Grévin et Olivier Masclef, Editions Nouvelle Cité, Collection GRACE, 280 p., 2015, 18 €

La vie concrète de l'économie est animée de milliers de dons quotidiens sans lesquels l'entreprise et les marchés n'existeraient pas. Les auteurs de cet ouvrage considèrent la logique du don comme un des moteurs de l'activité humaine. L'articulation entre la logique du don et celle de l'échange doit être au cœur d'un programme

suis d'un message demandant pourquoi on n'y répond pas. La surveillance irait même jusqu'aux toilettes. Pour les deux journalistes, Jodi Kantor et David Streitfeld, Amazon aurait depuis longtemps dépassé les limites de l'acceptable.

Ce n'est pas la première fois qu'Amazon est sous les feux de la rampe concernant le traitement de ses salariés. En effet, l'enquête du *New York Times* fait curieusement suite à un célèbre article du *Morning Call* du 11 septembre 2011 sur les conditions de travail dans les entrepôts d'Amazon : pression individuelle, harcèlement, surveillance et monitoring constants, évanouissements, présence d'infirmiers privés en charge de la réanimation pour renvoyer les salariés... sur les chaînes d'expédition, etc.

Or Amazon est classée 9<sup>e</sup> dans le S&P 500 Catholic Values Index. Comment expliquer un tel paradoxe ? Comment une entreprise qui s'appuierait ou même tolérerait de telles pratiques de management peut-elle non seulement apparaître dans un indice de «valeurs catholiques» mais en plus faire partie du «top ten» ?

### Comment définir la catholicité d'une entreprise ?

En fait, l'indice de Standard & Poor's pose le problème de la définition de la catholicité d'une entreprise. Peut-on la définir uniquement par les produits qu'elle vend ou sa politique d'investissement comme le suggère la conférence des évêques des Etats-Unis ? Peut-on se contenter de quelques indicateurs financiers sur la répartition du portefeuille d'activité et d'une approche «de loin» par une seule synthèse de quelques chiffres comme le suggère la firme Standard & Poor's ? De toute évidence, non.

Or, en finance de marché, l'entreprise est avant tout une «boite noire» qu'il est largement inutile d'ouvrir. Quelques chiffres synthétiques et une courbe sur un écran suffisent. Le travail, les méthodes de management et les valeurs qui y sont à l'œuvre n'y sont jamais considérées. Partant de là, l'indice possède une sérieuse limite : un investisseur désirant motiver ses prises de participation par le respect du catholicisme ne peut pas faire abstraction des valeurs prônées par l'entreprise.

Une entreprise conforme à la doctrine catholique, non seulement doit s'inscrire dans des principes tels qu'édictés par l'USCCB, mais doit aussi et surtout respecter la personne humaine et «ses multiples profils» (Conseil Pontifical Justice & Paix) et d'autres principes essentiels à l'organisation du travail : le bien commun, la subsidiarité et la solidarité pour ne citer qu'eux.

Malheureusement, les trois règles édictées par la conférence des évêques des Etats-Unis ne s'appuient que sur une seule valeur catholique : la justice. Or Benoît XVI avait bien exprimé le fait que la justice est «la mesure minimale de la charité» (*Caritas in Veritate*) ; de fait, un management au service de l'homme implique nécessairement la charité. La seule prise en compte des critères de justice et d'équité, nécessaire mais insuffisante, montre la dérive d'une certaine éthique des affaires, préoccupée uniquement par la réponse à des règles normatives et valorisables par la communication. Or une entreprise ne pourrait, selon la Doctrine Sociale de l'Eglise, participer au bien commun sans l'exercice de la charité.

Dès lors, comment justifier les pratiques d'Amazon si l'on se réfère à cette vision du travail que le pape François décrit dans *Laudato Si'* : «le travail devrait être le lieu de ce développement personnel multiple où plusieurs dimensions de la vie sont en jeu : la créativité, la projection vers l'avenir, le développement des capacités, la mise en pratique de valeurs, la communication avec les autres, une attitude d'adoration» ? Amazon n'est-elle pas à l'image de ce lieu que le pape François critique quand il affirme : «quand la capacité de contempler et de respecter est détériorée chez l'être humain, les conditions sont créées pour que le sens du travail soit défiguré» ?

En fait, Standard & Poor's se heurte aux limites de sa propre stratégie : la nécessité d'innover sans cesse. Pour rester leader sur le marché de la notation financière, la firme américaine doit créer et mettre régulièrement sur le marché de nouveaux indices. Après le lancement en 2006 du S&P 500 Shariah Index, son indice de valeurs islamiques, l'idée de couvrir les principales confessions religieuses était une suite logique. D'autant plus que l'exigence de l'Eglise Catholique envers l'économie n'a cessé de s'affirmer sur la place publique depuis *Caritas In Veritate* de Benoît XVI.

Cependant, la création de cet indice ne pouvait pas ignorer une doctrine sociale mettant au centre la dignité humaine et la charité. Mais, sur ce terrain, se contenter d'observer les entreprises de loin ne suffit plus.

Standard & Poor's, pour réaliser un vrai indice de valeurs catholiques, se doit d'ouvrir la «boite noire» et de vérifier comment les entreprises concernées travaillent et comment la charité est mise en œuvre dans leur fonctionnement quotidien. ■

(1) L'une des trois principales sociétés de notation financière qui publient régulièrement des analyses sur des actions et des obligations.

## Qu'est-ce que le GRACE ?

Groupe de Recherche  
en Anthropologie Chrétienne et Entreprise

Le GRACE a été fondé par un groupe d'universitaires indépendants réunis en collectif de recherche.

Il poursuit deux objectifs principaux :

1. En prenant pour point de départ le contenu et la cohérence de la doctrine sociale chrétienne telle qu'elle a été notamment formalisée depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle (doctrine sociale de l'Eglise ou DSE), le premier objectif est de renouveler les explications sur les «économiques» ou les «lois de l'économie» à partir des réalités concrètes observées dans les entreprises.

La DSE constitue en effet un corpus analytique très cohérent, à partir d'une anthropologie explicite et dont l'intention est de ne pas réduire l'être humain à une seule dimension : il est vu comme calculateur mais aussi généreux, individualiste mais aussi social, participant par son travail à la création mais aussi ayant besoin de repos, gestionnaire d'une propriété privée mais aussi redevable de sa gestion, etc.

Elle est à l'opposé d'une vision idéologique qui réduit l'homme à une seule dimension, et s'inscrit dans ce qu'Etienne Gilson a appelé un «réalisme méthodique». En termes normatifs, des concepts comme ceux de subsidiarité, autorité entendue comme un service, solidarité entendu comme une dépendance mutuelle, etc. renouvellent fortement les représentations sociales.

Le GRACE entend profiter de ce corpus très riche pour ouvrir de nouveaux champs de recherche, souvent invisibles aux anthropologies individualiste ou collectiviste trop limitées par leurs hypothèses réductrices sur l'être humain en société. Par exemple, quel est le rôle du don au cœur des échanges marchands ? Comment s'articulent la vulnérabilité et la performance dans les organisations pour produire une efficacité durable ? Dans quelle limite une entreprise forme ou non une communauté, et quelles en sont les conséquences ? L'objectif est d'accroître la compréhension scientifique des faits observés en s'appuyant sur des hypothèses renouvelées sur l'homme et son comportement en société.

2. Par effet boomerang, le deuxième objectif est de mettre en question les hypothèses idéologiques dominantes en économie en signalant leur incapacité à rendre compte du réel dans toute sa complexité.

Car l'introduction de l'anthropologie chrétienne comme alternative aux représentations mainstream met en cause des certitudes sur le fonctionnement de l'économie et en particulier sur celui des entreprises.

Sans s'inscrire dans une démarche normative visant à prescrire des pratiques, le GRACE interroge les pratiques existantes à la fois quant à leur logique, leur cohérence et leur efficacité en remontant à leur source, c'est-à-dire à l'anthropologie sur laquelle elles s'appuient, le plus souvent sans le dire.

Le recours à l'anthropologie chrétienne fait ainsi office de révélateur des croyances implicites véhiculées par les idéologies dominantes quand elles définissent le rôle, le fonctionnement ou les buts de l'entreprise.

L'objectif est de développer une analyse critique sur les pratiques économiques contemporaines afin de faciliter leur renouvellement.

[www.grace-recherche.fr](http://www.grace-recherche.fr)