

Comment faire pour que l'argent ne soit plus l'étalon normatif de nos vies ?

Respectable Loge, Intersection, Orient de Paris, Région 12

Mots-clefs : Ambivalence, Bien commun, Utopie, Pragmatisme, Force for good

L'argent : une ambivalence absolue

Chacun d'entre nous perçoit le mot argent à travers le prisme de son histoire personnelle, de ses valeurs, philosophiques, politiques, du milieu dans lequel il évolue. La relation à l'argent varie suivant les pays, les cultures, les religions. Le concept est étudié et décrit depuis les temps les plus anciens. Aristote disait que « la nature de l'argent est l'exact contraire de la nature d'une chaussure : la chaussure est faite pour être gardée au pied de celui qui la possède, alors que l'argent est fait pour être échangé contre un travail fourni ou une marchandise achetée ». Dans roman éponyme *L'argent*, Emile Zola décrit avec férocité le monde des affaires. Pour Georg Simmel dans *la Philosophie de l'argent (1900)*, « l'argent est un symbole de la modernité car l'humanité découvre à travers lui la réalité, le phénomène concret, historique, saisissable, de l'universel ». Plus récemment, Michael Sandel, professeur de philosophie à Harvard a publié un *best-seller*, sorti en France en 2014, *l'argent peut-il tout acheter ?* Il répondait non. Enfin, le philosophe Jean-Pierre Dupuy, préfaçant la version française du livre de Michael Sandel, rappelait que « tout ce qui est secteur marchand est vu avec suspicion sachant qu'il est des domaines, comme l'amour, l'éducation, la santé, la citoyenneté et l'environnement qui ne peuvent être réduits à de simples valeurs marchandes ». L'argent suscite donc des réactions très ambivalentes. Certaines sont négatives : envie, jalousie, haine, dégoût, injustice. D'autres sont positives : admiration, motivation pour en gagner, symbole de réussite, achats plaisirs et pouvoir.

Que dire également de la valeur morale de l'argent, de la relation entre le travail et l'argent, de celui hérité et de celui gagné, de sa redistribution pour la réduction des inégalités ? **L'argent facilite autant les Restos du Cœur (générosité pour les plus démunis) que les Kardashians**, reines des réseaux sociaux, symbole de la société de consommation (le paraître rendant riche). Il génère des visions contradictoires voire irréductibles : « l'argent détruit tout » ou « l'argent rend libre », honte d'être pauvre ou coupable d'être riche, rend-il heureux ou malheureux ? Le 1^{er} juillet 2020, le « *Washington Post* » rend compte d'une étude menée aux Etats-Unis entre 1972 et 2016 auprès de 45000 personnes, âgées de 30 ans et plus. Elle montre que la corrélation entre le revenu et le bonheur n'a cessé d'augmenter au fil des ans. A l'inverse une autre étude publiée par Harvard, menée sur près de 80 ans, démontre que les relations humaines proches rendent les gens heureux tout au long de leur vie plus que l'argent ou la gloire (et augmentent leur espérance de vie).

Lorsqu'en mars 2020, le coronavirus devient une pandémie, l'exigence de survie, la peur de la mort, semblent remiser l'importance de l'argent, au profit des notions de courage, de solidarité, d'inversion même des hiérarchies liées à réussite économique (les plus utiles ne sont pas les mieux payés). Et pourtant très vite, la question du maintien des salaires, du financement des soins, de la valeur d'une vie âgée par rapport à une vie plus susceptible de durer, s'est posée : argent-moyen, argent-but, argent-étalon sociétal ? Cela dépend des valeurs que nous voulons promouvoir. Les valeurs universelles de la Franc Maçonnerie, d'humanisme, de fraternité et de solidarité résonnent juste dans l'air du temps. L'argent peut-il être un moyen au service de ces dernières ?

L'argent est-il un étalon de plus en plus déterminants de nos vies ?

Dans la société mondialisée interconnectée et hyper informée, dans laquelle nous vivons, l'argent est plus que jamais un moyen de pouvoir et d'influence. Les plus puissants, les plus riches donnent corps à leurs désirs. Les Etats comme les USA, la Chine, la Russie s'imposent avec leurs lois, leurs armées et leurs moyens de désinformation, *fakes news*, cyberattaques. Les entreprises comme les « *big techs* » américaines (*Apple, Amazon...*) ou chinoises (*Alibaba...*) bien que très récentes, emportent tout sur leur passage. Richissimes elles ont plus de moyens que nombre d'États.

Concernant le coronavirus le principe d'un Etat riche plus performant a été paradoxalement invalidé. Ce sont les zones les plus riches (les plus intégrées à la mondialisation) Italie du Nord, Etat de New-York, Ile de France, Catalogne, qui ont été les plus touchées et qui souvent ont eu le plus de

mal à faire face à la pandémie. Dans le même temps, se sont souvent les populations les plus fragiles de ces territoires (Seine-Saint-Denis, populations afro-américaines, seniors dépendants) qui ont été le plus impactées. D'autres facteurs se sont révélés plus déterminants que la notion de richesse pécuniaire et pour autant, celle-ci reste incontournable.

Est-il alors possible de dire « à bas l'argent ? » L'idéal communiste « d'une organisation sociale sans classes, sans État et sans monnaie, où les biens matériels seraient partagés » a globalement échoué, politiquement, socialement et économiquement. Entre 1959 et 1961 une grande famine a ravagé la Chine. A cette époque en France il y avait des quêtes organisées pour venir en aide aux enfants chinois afin qu'ils ne meurent pas de faim. La Chine, bien que demeurant une dictature avec un parti unique, a lancé en 1978 avec Deng Xiaoping une grande réforme économique dont nous voyons le résultat spectaculaire aujourd'hui. Deng Xiaoping aimait à dire en parlant d'économie que « peu importe l'idéologie ou la nationalité des entrepreneurs et des investisseurs pourvu qu'ils contribuent au développement économique de la Chine. Une de ses formules est passée à la postérité : « peu importe que le chat soit noir ou blanc pourvu qu'il attrape les souris ! »

Même s'il semble que l'argent soit devenu un étalon universel depuis la disparition des idéologies politiques fondées sur sa remise en cause, la perception de son rôle social reste très différente d'une culture à l'autre. Le Monde du 22 mars 2019, rapporte une étude sur « la différence de perception entre la France, les États-Unis et le Japon en matière d'inégalités et de redistribution ». Elle montre que « la demande de redistribution tient surtout à des valeurs sociales. La préférence pour la taxation des plus riches au nom de la solidarité est moins fonction de la montée des inégalités réelles que de la perception historiquement construite du rôle de l'État. Alors que **les inégalités de revenu « primaire » (avant redistribution par les taxes et prestations sociales) sont diminuées presque de moitié en France après redistribution**, elles le sont de 20 % seulement aux États-Unis, le Japon se situant à mi-chemin. Selon la plupart des enquêtes sur ce sujet, la France est l'un des pays où la demande pour la redistribution est la plus forte. La demande pour la redistribution – son niveau et ses formes – correspond en fait à certaines valeurs profondément ancrées dans chaque société. Il n'est donc pas sûr que des incantations politiques en faveur de la responsabilité individuelle, ou inversement d'une solidarité accrue, puissent réellement changer la donne en la matière sur une courte période de temps.»

Depuis quelques années une lueur d'espoir est apparue dans le secteur marchand. Il s'agit de **la prise en compte, de façon structurelle, de l'intérêt général par les entreprises privées**. Le gain financier ne peut plus être le seul critère déterminant des entreprises. A titre d'exemple, des sociétés, grandes (Danone) ou petites (Nature et Découverte) deviennent des *entreprises à mission* intégrant dans leurs statuts et leur fonctionnement, une finalité d'ordre social ou environnemental.

L'intérêt général apparaît également dans l'enseignement des *Business Schools*. L'IINSEAD, une des premières *Business Schools* au monde définit sa mission comme « **A force for good** », « **une force pour le bien commun** » et le concrétise dans son enseignement. Le principe nouveau du monde économique ne remet pas en cause le fait de produire de la valeur, mais le sens et l'utilité à donner à cette production de valeur.

Les actions concrètes

L'argent est un moyen et non une fin en soi. Tel pourrait être la place de l'argent dans notre vie. Il est évidemment préférable de se concentrer sur ce qui nous rassemble plutôt que sur ce qui nous divise.

Promouvoir auprès de nos concitoyens les valeurs universelles de la Franc Maçonnerie par de l'information via les médias, les réseaux sociaux et des conférences.

Renforcer l'expression de ces valeurs par l'éducation dans le système scolaire et dans la formation continue.

Il faut s'imposer d'accepter la réalité des rapports de force du monde tel qu'il est, et non tel qu'on le souhaiterait. Cela afin de mieux contribuer à promouvoir nos valeurs et pour que nos actions soient couronnées de succès

Proposition phare : accentuer, auprès des acteurs économiques comme auprès de la jeunesse (conférences et formations) le concept et les modalités de l'argent comme vecteur de bien commun.