

POINTS DE REPERES POUR LES ENTREPRISES ECONOMIE DE COMMUNION

L'Économie de Communion (EdeC) propose aux entreprises qui adoptent son message et sa culture, des "Points de repères pour les entreprises EdeC", qui reflètent la vie et la réflexion d'entrepreneurs EdeC du monde entier ; elles suivent le schéma des 'sept couleurs', selon les intuitions fondatrices du charisme de l'unité dont l'EdeC est l'expression.

1. Rouge : Entrepreneurs, employés et entreprise

Les entreprises qui adhèrent à l'Économie de Communion adoptent la communion comme valeur fondamentale. Elles l'inscrivent dans leur projet d'entreprise qui explicite les finalités de l'entreprise. Les fonctions des employés sont définies avec clarté et sont exercées dans un esprit de service et de responsabilité. Le style de management est participatif. La qualité des relations entre toutes les parties prenantes ('*stakeholders*') est une priorité. La communion se vit aussi avec les autres entrepreneurs EdeC, au plan local, national et international.

Ces entreprises exercent leur activité sur le marché et cherchent à réaliser des profits comme les autres entreprises, mais leur spécificité consiste à donner une part de ces profits. Les entrepreneurs et les associés s'engagent donc à partager les bénéfices, quand il y en a, en 3 parts auxquelles ils accordent la même importance:

- 1) pour l'aide aux personnes en situation d'indigence, en visant leur insertion sociale et professionnelle, et dans un esprit de communion fraternelle;
- 2) pour la diffusion de la culture du don et de la communion;
- 3) et une part qui reste pour assurer la pérennité de l'entreprise, améliorer la qualité des biens et des services produits, créer de nouveaux emplois, et enfin rémunérer les associés.

Ce partage des bénéfices se fait selon le contexte et la forme juridique de chaque entreprise. Dans les entreprises où l'adhésion à l'EdeC n'est pas encore partagée par tous les associés, l'engagement à donner des profits selon les buts de l'EdeC est limité à la part de ceux qui y adhèrent.

2. Orange : Relations avec les clients, les fournisseurs, les financeurs et les tiers

Ceux qui travaillent dans l'entreprise cherchent avec professionnalisme à établir de bonnes relations avec les clients, les fournisseurs et les habitants du territoire, car ils sont convaincus que le maintien et l'amélioration de ces relations font partie intégrante de leur rôle. L'entreprise entretient aussi des relations loyales et cordiales avec ses concurrents et avec l'administration car elle les considère tous comme des partenaires essentiels pour la réalisation du Bien commun. De plus, l'entrepreneur et les employés portent l'esprit et le message de l'EdeC, en exposant leurs idées et leurs expériences dans le cadre de congrès, séminaires et rencontres, parce qu'ils considèrent que propager cette nouvelle façon de voir l'économie fait partie de leur 'vocation'. Ils ne se contentent pas de vivre l'EdeC, ils veulent la faire connaître à tous. Ils privilégient les jeunes, qu'ils accueillent aussi pour des périodes de formation ou des stages.

3. Jaune : Spiritualité et éthique

L'EdeC considère le travail comme une possibilité, pour la personne, de développement sur le plan professionnel comme sur le plan éthique et spirituel. L'entreprise s'engage à respecter la législation, et elle agit pour la faire évoluer. Elle s'engage aussi à un comportement loyal à l'égard du fisc, des organes de contrôle, des syndicats et des institutions. La qualité de la vie professionnelle est considérée comme une dimension essentielle de l'épanouissement de toute personne humaine, pour la réalisation de sa vocation de travailleur et d'être humain. Dans une entreprise EdeC, la personne apprend à accorder de la valeur aux difficultés et souffrances inhérentes au travail, qui sont pour elle des occasions de progresser et de mûrir. L'entreprise, pour choisir le type et la qualité de ses produits, s'efforce de respecter ses obligations contractuelles, et se préoccupe aussi des conséquences de ses produits sur le bien-être des consommateurs et sur l'environnement.

4. Vert : Qualité de la vie et bien-être

Un des objectifs fondamentaux d'une entreprise EdC est de devenir une vraie communauté. Des 'outils de communion' sont proposés: l'entretien personnel périodique entre les employés et leurs responsables; les rencontres organisées pour permettre des échanges d'expériences; les rencontres où les dirigeants écoutent les éventuelles protestations, désaccords ou suggestions; les rencontres pour faciliter les relations interpersonnelles et résoudre les situations de conflit, et pour améliorer l'ambiance générale entre tous les membres de l'entreprise qui expérimentent ainsi une fraternité et une égalité au-delà des niveaux hiérarchiques, ce qui peut aller jusqu'à la 'correction fraternelle'. Si ces 'outils de communion' ne sont pas mis en œuvre, la vie relationnelle entre tous les membres de l'entreprise EdeC s'appauvrit, ce qui est aussi au détriment de ses performances économiques.

La santé, le sport et la protection de l'environnement sont pris en compte, car la communion concerne aussi la nature et le corps humain. Pour veiller à la qualité des relations humaines, l'entreprise inclut la dimension festive, y compris dans les événements quotidiens, ce qui favorise le sentiment d'appartenance à une communauté de travail, vraie ressource, surtout dans les moments de crise.

5. Bleu : Harmonie du cadre de travail

La beauté et l'harmonie des locaux participent à l'image de l'entreprise EdeC. En effet, la communion est aussi beauté : pas le luxe, mais la sobriété. Le cadre de travail reflète l'harmonie des relations, et y contribue. L'hygiène, la propreté, l'ordre font partie de la culture de l'EdeC, de sorte que tout le monde se sente à son aise : employés, actionnaires, clients, fournisseurs, ou visiteurs. Un soin particulier est apporté au respect des règles en matière de sécurité, de qualité de l'air, de niveau de bruit, d'éclairage, et à tout ce qui est de nature à faciliter la qualité des relations tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'entreprise. La beauté tient une grande place, même quand l'entreprise entre en contact, direct ou indirect, avec la pauvreté, car le premier remède à toute forme de pauvreté est l'attention à l'autre, et la beauté l'exprime de manière privilégiée.

6. Indigo : Formation et culture

L'entreprise favorise entre ses membres l'émergence d'un climat de confiance réciproque, ce qui pousse à proposer ses talents, ses idées et ses compétences pour en faire bénéficier les collègues et l'entreprise. Le premier lieu de formation est toujours la communauté de l'entreprise, dans toutes ses articulations. La direction adopte des critères de sélection du personnel et de gestion des ressources humaines de façon à faciliter l'instauration de ce climat de confiance. L'entreprise offre des possibilités de perfectionnement des compétences, de formation continue, et aussi de formation à la culture de communion de son personnel, spécialement pour les jeunes. Enfin, l'entrepreneur et ceux qui travaillent pour l'EdeC approfondissent leur culture personnelle et leurs connaissances, en particulier dans le domaine économique et dans celui de l'entreprise. Dans ce but, ils participent à des sessions de formation et à des congrès, afin d'être toujours plus capables d'exposer clairement leur propre vision de l'entreprise et de la société.

7. Violet : Communication

Les entrepreneurs qui adhèrent à l'EdeC s'efforcent en permanence de créer un style de communication ouvert et sincère, propice aux échanges d'idées et d'informations entre tous les niveaux hiérarchiques. Pour cela, ils utilisent les outils de communication appropriés pour rendre compte régulièrement, tant à l'intérieur de l'entreprise que vers l'extérieur (ex : bilan social). Cette communication fait apparaître concrètement la création de valeur issue des différentes parties prenantes de l'entreprise. La communion ne peut exister sans communication.

Les entreprises EdeC utilisent les moyens de communication les plus modernes afin de se relier entre elles au niveau local et au niveau international, et il peut en résulter des relations économiques. Les entrepreneurs qui adhèrent à l'EdeC, conscients de l'impact culturel et politique que le succès de leur projet commun peut comporter, entretiennent un esprit de soutien réciproque et de solidarité, tant au niveau local qu'au niveau international. Et ils se constituent en réseau avec tous les hommes et les femmes de bonne volonté qui désirent sincèrement contribuer à un monde plus juste, plus fraternel, et plus uni.