



NOUVEAUX ENJEUX ÉCONOMIQUES DES RELIGIONS

Que l'on prenne Weber dans *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, ou Marx qui poursuivait son analyse des oppositions de classe dans celle de mondes religieux différenciés – religion bourgeoise, religion des classes moyennes, religion des opprimés– la question des liens entre religion et économie est un objet sociologique récurrent qui, aujourd'hui, apparaît avec une intensité toute particulière. D'une part nous observons un retour du « refoulé » religieux avec la présence quasi-quotidienne des religions sur la place publique et, d'autre part, l'avènement d'une ère numérique globale qui bouleverse tous les usages de la vie humaine et qui se traduit par une nouvelle économie, en très forte croissance.

Ainsi, tous les jours ou presque, nous pouvons constater dans l'actualité la justesse des propos communément attribués à Malraux affirmant que le XXI^e siècle « *serait spirituel ou ne serait pas* ». Par ailleurs, les mutations très rapides du capitalisme contemporain, avec le poids toujours plus important des nouvelles technologies, entraînent des bouleversements dont les religions non seulement s'accommodent mais qu'elles contribuent également à façonner.

Comment les entreprises investissent-elle le marché du religieux ? Quelles problématiques le financement des religions pose-t-il aux pouvoirs publics ? Que nous révèle des religions l'émergence de la e-spiritualité, entendue comme une spiritualité usant des NTIC comme moyens de médiation et / ou de communication ? Voici quelques sujets que nous nous proposons de traiter.

LA RELIGION, UN MARCHÉ QUI NE SE FAIT PAS PRIER

Selon l'Organisation mondiale du tourisme, 37 %¹ des déplacements internationaux sont liés au tourisme culturel dans lequel les aspects religieux et spirituels ont une part importante. Atout France, l'agence de développement touristique de la France, distingue trois approches de ce type de tourisme :

- 1) une approche proprement spirituelle, qui concerne principalement les croyants ;
- 2) une approche plus sociologique, le tourisme religieux devenant le moyen pour le croyant de mieux connaître l'histoire de son groupe religieux ;
- 3) une approche culturelle, cette forme de tourisme donnant accès à la culture émanant des grandes religions et qui tend à devenir un phénomène de société, comme l'atteste par exemple le succès des chemins de Saint-Jacques de Compostelle ou le nombre de visites des sites religieux.

Cette diversité permet une valorisation économique efficace du patrimoine religieux des pays richement dotés comme la France. Ainsi le tourisme spirituel compte pour **44 % de l'ensemble du tourisme culturel en France** avec pas moins de 50 000 édifices religieux (monastères, abbayes, cathédrales, églises, synagogues, mosquées...). 10 000 sites sont classés monuments historiques protégés et ouverts au public. Conscient des opportunités ouvertes par ce marché, Atout France a créé un cluster « Tourisme et spiritualité » qui compte 31 professionnels représentatifs de la filière. Ce cluster se concentre essentiellement sur la communauté catholique en menant des actions de promotion sur deux marchés européens porteurs (Italie et Espagne) et quatre marchés lointains et/ou émergents aux fortes communautés catholiques (Brésil, USA, Inde, Philippines).

¹ Chiffres et données issus du site atout-france.fr, [en ligne], consulté le 26.11.2016, URL : <http://atout-france.fr/content/tourisme-et-spiritualite>.

L'expansion de l'islam s'est accompagnée d'une forte croissance du tourisme qui y est rattaché. Ainsi le Halal Travel Report 2016 de la société Amadeus, leader dans la fourniture de solutions informatiques à l'industrie mondiale du tourisme et du voyage, montre l'excellente santé du tourisme musulman ou tourisme halal qui croît encore plus rapidement (+4,8 %) que le secteur dans son ensemble (+3,8 %), à l'instar de la part musulmane de la population mondiale. Valorisé à 145 milliards de dollars en 2014, le créneau devrait connaître une expansion de 35 % en valeur pour atteindre 200 milliards en 2020 – et de 50 % en nombre de voyageurs².

Par ailleurs, le poids économique des religions est aujourd'hui parfaitement compris des grandes marques qui n'ont pas hésité à investir le secteur. En matière vestimentaire par exemple : de Dolce Gabbana qui a lancé une ligne baptisée Abaya (robes longues musulmanes) à H&M dont la publicité mettant en scène une femme voilée a fait polémique, en passant par Mango qui a proposé une collection "spécial Ramadan", la liste des marques proposant hijab et autres voiles musulmans ne cesse de s'allonger... au prix de quelques frictions avec une clientèle plus classique, ainsi que le note Frédéric Monneyron, sociologue de la mode : « *On assiste à un véritable tournant. Que des grandes marques s'intéressent au marché du Moyen-Orient, cela existe depuis les années 1970. Elles lui ont toujours proposé des vêtements en les modifiant à la marge. La grande nouveauté est que, pour la première fois, elles créent des tenues islamiques. Il y a bien sûr un enjeu idéologique et financier. On peut s'imaginer que son développement n'en est qu'au début* »³. Effectivement en 2019⁴ **le marché de la mode islamique devrait représenter 443 Mds€ soit presque deux fois plus qu'en 2013...**

À noter que les religions doivent aussi faire leur *aggiornamento* en la matière : si pour le protestantisme le lien religion-argent est, depuis Weber, assez évident, les choses sont plus complexes pour le catholicisme ou l'islam.

Ainsi dans le texte qui est considéré comme la première encyclique sociale d'un pape (Léon XIII, *Rerum Novarum*, en 1891), la distinction entre la possession des richesses et leur usage est rappelée : l'homme est invité à regarder les biens qu'il possède non pas comme privés, mais comme communs⁵. Le pape actuel a quant à lui fait de la sobriété l'un des axes forts de son pontificat.

Du côté de l'islam, la charia impose des principes très limitatifs : interdiction de l'intérêt, de l'incertitude, de la spéculation, interdiction d'investir dans des secteurs considérés comme illicites (alcool, tabac, paris sur les jeux, etc.), respect du principe de partage des pertes et des profits. Si pendant longtemps ces règles ont fait obstacle au développement de la finance islamique, la situation a fortement évolué depuis quatre ans suite aux crises spéculatives qui ont touché l'économie mondiale et reconnecté celle-ci à l'importance de l'économie réelle. Ainsi que l'explique Hajjaj Bukhdur, économiste koweïtien : « *En dépit du fait qu'elle soit régie par de stricts principes religieux, la finance islamique reste très souple et moins risquée. C'est ce qui l'a aidée à se développer rapidement et à répondre à différentes demandes* ». Le Fonds monétaire international (FMI), la Banque mondiale et d'autres organismes financiers internationaux estiment ainsi **que les avoirs des banques islamiques ont été multipliés par neuf à 1 800 milliards de dollars entre 2003 et 2013, soit une progression de 16 % par an. Ils dépasseraient actuellement les 2 000 milliards.**

Tourisme, mode, finance... Les religions présentent un potentiel économique dans bien des secteurs et bénéficient d'une visibilité nouvelle, de plus en plus assumée par les marques qui se servent même de leur image dans la promotion de produits parfaitement séculiers. On pense ici à un spot publicitaire⁶ récent du géant Amazon mettant en scène un imam et un prêtre et diffusé

² Amadeus.com, « Halal Travellers 2016 », juin 2016, [en ligne], consulté le 26.11.2016, URL : <http://www.amadeus.com/web/binaries/blobs/864/164/halal-travel-report-2016.pdf>.

³ P. Mathieu et F. Monneyron, *L'Imaginaire du luxe*, Éditions Imago 2015.

⁴ Oumma.com, « Le business de la mode islamique déchaîne les passions », 31.03.2016, [en ligne], consulté le 26.11.2016, URL : <http://oumma.com/222806/business-de-mode-islamique-dechaine-passions-video>

⁵ A. Kerhuel. « L'argent dans la tradition catholique ». *Autres Temps. Cahiers d'éthique sociale et politique*. N°75, 2002. pp.65-71.

⁶ New Amazon Prime Commercial 2016 – « A Priest and Imam meet for a cup of tea », 17.11.2016, [en ligne], consulté le 26.11.2016, URL : <https://youtu.be/Ouu6LGGIWsc>.

à l'approche du « Black Friday » qui traditionnellement dans les pays anglo-saxons marque le début de la période des achats de fin d'année.

Si l'économie capitaliste a su renouveler ses liens avec les religions et l'intégrer aux logiques de marché, la gestion publique des cultes et leur financement posent d'autres questions, notamment en France où ils se heurtent parfois violemment aux principes régissant la laïcité. Quelles solutions envisager ?

LIBERTÉ, ÉGALITE... LAÏCITÉ ? LA GESTION PUBLIQUE DES CULTES EN FRANCE

Avec l'émergence de nouvelles religions et leur place de plus en plus importante culturellement et culturellement, la question du financement public des cultes ressurgit régulièrement dans les débats en France, avec plus d'acuité que dans d'autres pays européens, compte tenu du cadre imposé par la loi de séparation de l'Église et de l'État de 1905.

Rémunération des représentants des cultes, entretien des édifices religieux existants, construction de nouveaux... La question économique est centrale. Que nous dit la législation française actuelle ?

Dans un rapport ⁷ publié en mars 2015, la délégation aux collectivités territoriales et à la décentralisation du Sénat rappelle que l'interdiction du subventionnement public des cultes est un principe législatif mais pas constitutionnel. La loi précitée interdit aux collectivités territoriales de financer la construction, l'acquisition ou encore le fonctionnement courant d'édifices culturels ainsi que des manifestations religieuses.

Cette situation est assez unique en Europe si on la compare aux pays voisins de la France : ainsi en Allemagne il existe un impôt culturel qui prend la forme d'une taxe prélevée directement sur les salaires et reversée aux religions reconnues en tant que collectivités de droit public (catholique, protestante et juive), l'islam ne possédant pas, du moins à l'heure actuelle, ce statut. Selon les Länder, cette taxe concerne 8 % ou 9 % de l'impôt sur le revenu. En Belgique, l'article 181 de la Constitution indique que « *les traitements et pensions des ministres des cultes sont à la charge de l'État ; les sommes nécessaires pour y faire face sont annuellement portées au budget* ». Au Royaume-Uni, le Souverain reste à la tête de l'Église d'Angleterre, tandis qu'en Turquie les autorités sont responsables du financement des mosquées du pays, par l'intermédiaire de la Présidence des Affaires religieuses, entité étatique rattachée au Premier ministre. Si l'on s'intéresse plus particulièrement aux collectivités locales, en Allemagne, Espagne et Italie, pays où il existe des concordats, celles-ci peuvent non seulement conclure des accords avec les cultes, mais encore sont obligées de prévoir, dans leurs documents d'urbanisme, des espaces pour la construction des lieux de culte.

Toutefois il serait inexact d'affirmer qu'en France la gestion publique du financement des cultes est figée.

Tout d'abord, il existe des régimes particuliers, propres à certains territoires de la République qui autorisent le financement public des cultes, soit directement, soit par le biais de subventions en ce qui concerne l'entretien ou la construction d'édifices religieux. Tel est le cas du régime concordataire en Alsace-Moselle et des textes s'appliquant dans la plupart des territoires d'outremer (sauf Guadeloupe, Martinique, Réunion, Saint-Martin, Saint-Barthélemy).

Ensuite, la jurisprudence administrative a largement assoupli le principe d'interdiction du non-subventionnement des cultes. En premier lieu, il existe des exceptions légales autorisant le financement public direct de lieux de cultes par les collectivités territoriales. En second lieu, la loi de 1905 autorise les associations culturelles à percevoir des subventions publiques dans le cadre de la réparation d'édifices religieux. En troisième lieu, les lois de 1907 et de 1908 – qui ont transféré la propriété des églises aux communes – permettent à des lieux de culte, essentiellement catholiques, de bénéficier de fonds publics municipaux.

Enfin, à l'heure actuelle, les collectivités territoriales disposent d'outils légaux pour accompagner indirectement les cultes à disposer de lieux de prière ou à les entretenir : garantie des emprunts

⁷ MAUREY H., Rapport d'information n°345 au nom de la délégation aux collectivités territoriales et à la décentralisation sur le financement des lieux de culte, Sénat, 17.03.2015.

bancaires, baux emphytéotiques administratifs culturels, possibilité de subventionner – sur le fondement d'un intérêt public local – des édifices, organismes, activités ou équipements distincts de l'exercice du culte mais en lien avec les religions. Pour cette dernière option, l'« intérêt public local » n'étant pas clairement défini, les interprétations sont diverses : ainsi en 2011, dans l'affaire « commune de Trélazé⁸ » le Conseil d'État a estimé que la loi de 1905 ne faisait pas obstacle au fait que la collectivité participe à l'acquisition et à la restauration d'un orgue pour une église, bâtiment dont la commune était restée propriétaire, et qui étaient contestées par un contribuable de la commune car il existait un intérêt public local – l'organisation de cours et de concerts de musique – et qu'un accord encadrerait l'opération.

Par ailleurs, si dans leur grande majorité, les élus territoriaux restent attachés à l'esprit de la loi de 1905, ils ne sont pas pour autant hostiles à toute évolution : ainsi 41 % seraient favorables à un financement public des nouveaux lieux de culte et 29 % à un système de co-financement Etat/communes et organisations religieuses⁹. Cette ouverture s'explique en partie par la nécessité de traiter équitablement les religions dites émergentes par rapport à celles enracinées depuis longtemps, ce dans un souci d'égalité républicaine cher à la devise française mais également pour avoir un droit de regard sur les financements nécessaires et existants et éviter ainsi les possibles dérives liées à des versements d'États étrangers¹⁰.

L'économie publique des cultes est donc autrement plus complexe que l'économie marchande des religions, domaine qui intéresse avec raison les entreprises, au vu de ses potentialités.

Dans ce contexte, que se passe-t-il au sein des religions et comment agissent leurs acteurs ? L'un des phénomènes les plus marquants est sans doute la facilité avec lesquelles elles se sont emparées des outils offerts par l'économie moderne et adaptées aux évolutions, même les plus récentes, par exemple en matière d'économie collaborative.

#DIEU : LA E-SPIRITUALITÉ, NOUVEL ARGUMENT MARKETING DES RELIGIONS ?

Dans les années 1980, l'avènement total de la société de consommation et d'information de masse telle qu'annoncée par Baudrillard était tellement puissant qu'il semblait avoir dissous les religions en les renvoyant au rang de sympathiques folklores... Pourtant, les années suivantes ont vu au contraire un retour de différentes formes de l'expression religieuse parfaitement adaptées à ce monde, au moins en termes d'usage d'outils et d'intelligence communicante – comme si la « **religion marketing** » avait cédé la place au marketing « religieux¹¹ ».

Prenons tout d'abord la croissance exponentielle des smartphones et des applications qui les accompagnent. Les religions ont investi ce champ, y trouvant une suite évidente à des logiques historiques bien ancrées et par ailleurs un prolongement naturel et ontologique du « religere » qui en est l'essence : si l'ADN du religieux est de « relier » à une transcendance mais aussi les hommes entre eux, alors l'usage des outils renforçant ce lien tels les smartphones n'a rien de surprenant. Mais l'analyse des usages peut aller plus loin. Ainsi, selon D. Douyère, professeur en sciences de l'information et de la communication, en ce qui concerne la religion catholique « *les applications jouent le rôle des images de piété apparues au XIV^e siècle¹²* ». Quant à l'islam et au judaïsme, « *les applications servent surtout à rappeler les règles et à aider à leur interprétation. C'est logique pour*

⁸ CE Ass., 19 juillet 2011, Commune de Trélazé, n° 308544.

⁹ Enquête TNS-Sofres, « Les collectivités territoriales et le financement des lieux de culte », janvier 2015

¹⁰ N. Goulet et A. Reichardt, Rapport d'information n° 757 « De l'Islam en France à un Islam de France, établir la transparence et lever les ambiguïtés », juillet 2016.

¹¹ C. Dupuis, « De la "religion marketing" vers le marketing "religieux" », [en ligne], consulté le 26.11.2016, URL : <http://www.e-marketing.fr/Marketing-Magazine/Article/De-la-religion-marketing-vers-le-marketing-religieux-8035-1.htm>.

¹² C. Coumau, « Divines applis : Dieu en ligne directe », lemondedesreligions.fr, 26.10.2016 [en ligne], consulté le 26.11.2016, URL: http://www.lemondedesreligions.fr/une/divines-applis-dieu-en-ligne-directe-26-10-2016-5845_115.php.

*ces religions qui ont maintenu des obligations rituelles que le fidèle doit suivre dans son quotidien*¹³ ». En proposant à leurs fidèles, l'accès aux outils religieux traditionnels via un médium technique banalisé, les religions répondent aux attentes des nouvelles générations avec des canaux de transmission et des langages appropriés. Les catholiques ont par exemple « **Prixm** » à leur disposition, la « *Bible digitale qui va vous faire du bien*¹⁴ » à en croire son slogan. Lancée en octobre 2016, la newsletter a recueilli en moins d'un mois 6 000 abonnés. Du côté de l'islam on trouve « **Coran-français.com** » créé il y a trois ans pour faciliter la lecture, l'écoute et l'essai de traduction du Coran en français. Aujourd'hui, plus de 120 000 connections sont enregistrées tous les mois¹⁵.

En plus de répondre aux nouveaux besoins spirituels de leurs fidèles, la e-spiritualité est utilisée par les religions pour porter la bonne parole par les moyens *ad hoc* mais aussi dans une démarche visant à rendre visible la communauté, la faire grandir, récolter des fonds utilisant parfois toute la panoplie des techniques de marketing.

En effet, à l'heure où les lieux de culte ne parviennent plus à rassembler des fidèles (désertification des églises), ou ne sont pas assez nombreux pour accueillir tous leurs membres (faible présence des mosquées en France), apparaissent de véritables édifices religieux numériques. Ainsi l'application « **Click to pray** » affiche en temps réel le nombre de personnes qui prient en même temps. « **Hozanna** » pousse plus loin la personnalisation du service en permettant au mobinaute de donner rendez-vous virtuellement à un ou plusieurs amis pour prier ensemble sur un créneau défini en commun. Ces applications permettent aussi d'attirer de nouveaux publics en montrant à l'extérieur de la communauté un dynamisme et une ouverture que la société actuelle est parfois réticente à imaginer. À l'occasion des cinq cents ans de la Réforme, des chrétiens protestants suisses ont lancé « **R-City Guide** » qui propose des parcours interactifs dans dix localités suisses, itinéraires susceptibles d'intéresser autant le croyant que le touriste. Même logique pour « **Nicodème** » – application encore à l'état de projet imaginée par des catholiques – qui veut proposer un plugin pour les sites de sanctuaire et paroisses très visités : à terme, l'objectif est de constituer une communauté d'internautes qui pourrait répondre via un module de chat à toute question, de façon réactive et personnalisée.

De même, l'économie numérique est utilisée par les religions pour trouver de nouvelles sources de financement : outre récolter des dons en ligne de façon régulière ou non, les religions ont aussi préempté les plateformes participatives pour financer leurs projets. Ainsi dans le Var, le diocèse de Fréjus a lancé le premier site de financement participatif diocésain¹⁶ sur lequel est proposée aux internautes une sélection de projets ayant besoin d'argent frais : formation des séminaristes, rénovation d'une paroisse, acquisition de matériel vidéo pour l'évêché...

Par ailleurs, si l'économie collaborative, parfois qualifiée de « *nouveau visage du capitalisme* », bouleverse les usages de l'économie classique, elle est loin d'inquiéter les religions qui s'en accommodent avec une facilité déconcertante. Pourtant, cela n'a rien de vraiment étonnant étant donné que l'économie collaborative s'appuie notamment sur des valeurs que les religions cultivent depuis toujours : importance donnée à la communauté, notion de partage, développement des liens sociaux, accès (au moins partiellement) gratuit... On comprend alors mieux le succès de « **GeoConfess** », application se présentant elle-même comme l'Uber de la confession et permettant à un « pénitent » de géolocaliser un prêtre de l'Église catholique romaine afin de recevoir le sacrement de réconciliation. De plus, comme c'est la coutume dans le champ de l'économie collaborative, de nouveaux acteurs entrent en concurrence avec les acteurs privés habituels en faisant appel à des non-salariés pour effectuer des prestations nouvelles. « **Memory Forever** » par exemple défie le secteur – pourtant très structuré – du funéraire en proposant de passer par des particuliers pour entretenir et fleurir la tombe d'un proche, une manière de faire baisser considérablement les prix.

¹³ *Idem*.

¹⁴ M ; Fournier, « Prixm, la Bible digitale qui va vous faire du bien », aleiteia.org, 08.11.2016, [en ligne], consulté le 26.11.2016, URL : <http://fr.aleiteia.org/2016/11/08/prixm-la-bible-digitale-qui-va-vous-faire-du-bien/>.

¹⁵ Iqna.ir « Un Coran en ligne qui renouvelle le web musulman », 08.11.2016, [en ligne], consulté le 26.11.2016, URL : <http://iqna.ir/fr/news/3461435/un-coran-en-ligne-qui-renouvelle-le-web-musulman>

¹⁶ <https://don.frejustoulon.fr/>.

Enfin, notons que les religions classiques ne sont pas les seules à adopter le virage de l'économie collaborative : même les spiritualités asiatiques s'y mettent. Ainsi au Japon, la société Minrevi¹⁷ propose, via Amazon, de louer les services d'un moine bouddhiste pour une somme jusqu'à vingt fois moins importante que les canaux traditionnels. Une option intéressante dans un pays confronté à un fort exode rural et à une sécularisation toujours plus accentuée.

Si le rapport des religions à la matière technique et économique est, par essence, empreint d'une certaine défiance, l'on voit que ces acteurs ont formidablement investi les champs ouverts par les nouvelles technologies et la nouvelle économie ; comme pour d'autres acteurs ou secteurs, les usages innovants qu'elles entraînent et les potentialités associées sont considérables. Ils permettent une nouvelle façon de penser le lien, la communauté, l'accès aux sources, certains actes religieux, la diffusion d'information, etc. et dessinent de nouvelles organisation en complément voire remplacement des structures traditionnelles en grande partie obsolètes.

Cette interaction des acteurs religieux sur les mediums digitaux quoi que non exempte de risques ou d'excès, est à la fois nécessaire pour leur survie à l'heure où émergent de nouvelles formes d'organisations sociétales mais aussi l'occasion de nouvelles vitalités.

Religion(s) de marché, marché(s) des religions... La variété des déclinaisons actuelles nous invite à marier ces notions et les logiques qui les animent... pour le meilleur comme pour le pire !

Sarah PINEAU,

Membre du comité Défense économique, auditeur jeune de la 91^e session, Nîmes 2015
associée aux travaux de l'Institut des Hautes Études du Monde Religieux ([IHEMR](#))

Retrouvez toutes les publications de l'ANAJ-IHEDN sur <http://www.anaj-ihedn.org/category/actualites/publications-revues/>

¹⁷ J. Pulver, Louer un moine sur Amazon, jonaspulver.com, 04.02.2016, [en ligne], consulté le 26.11.2016, URL : <http://jonaspulver.com/chroniques/2016/4/27/louer-un-moine-sur-amazon>.