

Sommaire

Remerciements	7
Préface	13
Avant-propos	17
1^{RE} PARTIE - L'ÉCOLOGIE HUMAINE D'ENTREPRISE	19
Chapitre 1 - D'où partons-nous ?	21
Les stratégies « base de la pyramide »	21
La Stratégie BoP 2.0	23
L'économie de la confiance	24
De la base de la pyramide à l'écologie humaine	24
Chapitre 2 - L'écologie humaine d'entreprise	29
L'écologie humaine	29
Méthodologie pour l'entreprise	31
Chapitre 3 - Les sources d'influence	35
Des sources multiples	35
La Doctrine sociale de l'Église	35
Dans le monde socio-économique	36
L'économie de communion	37
Chapitre 4 - Enjeu de la chaîne de valeur territoriale	43
Partir d'une entité locale	43
Un métier concrétisé dans un territoire	44
Prise en compte du temps long	45

Chapitre 5 - Gouvernance	47
Structure capitalistique	47
Co-gouvernance	48
Économie coopérative et ESS.....	49
Répartition des bénéfices	50
Management.....	52
Chapitre 6 - Marché	55
La clientèle	56
La corruption.....	57
La concurrence.....	57
Les fournisseurs	58
Chapitre 7 - Intégration dans des réseaux locaux	61
Chapitre 8 - Formation et éthique économique	65
Urgence de la formation éthique des décideurs	65
... Ce qui suppose un fondement philosophique et universitaire solide.....	66
Chapitre 9 - En ex-cursus : quel prolongement politique pour quel impact systémique ?	71
Objet social de l'entreprise	71
Fiscalité	73
Chapitre 10 - Synthèse : Grille de critères de l'entreprise « écologie humaine »	77
2^E PARTIE - LE MARCHÉ	79
Chapitre 1 - Les attentes du marché et les limites des réponses actuelles	81
Les attentes du marché : l'émergence de nouveaux concepts d'éthique économique et leurs conséquences	81
Un intérêt marqué par la place	82
Un préambule philosophique utile	83
Évolutions du monde bancaire	84
Opportunité de l'ISR	86
Les limites de l'ISR et de l'ESG actuelles.....	87
Améliorer le déploiement de l'ISR	92

La notation extra-financière	93
Chapitre 2 - Réponses stratégiques	97
Une réponse statutaire : le modèle économique coopératif	97
Une réponse produit : les greenbonds	99
Une réponse structurelle : La Nef.....	101
Une réponse de positionnement : autres banques « éthiques »... Et leurs limites !	102
Partenariats avec des porteurs de projets sociaux et innovateurs sociétaux.....	103
Enseignements de ces stratégies.....	106
Chapitre 3 - Une stratégie marketing EH	109
Une offre EH assumée : le fonds Proclero	109
Des opportunités à saisir.....	111
Une stratégie intégrant la dimension écologie humaine.....	113
Chapitre 4 - Facteurs clef de succès et critères EH mobilisés	117
Facteurs clefs de succès stratégique	117
Critères de la grille EH mobilisés.....	118
3^E PARTIE - STRATEGIE D'ENTREPRISE	121
Chapitre 1 - Gouvernance et management	123
Gouvernance de l'entreprise	123
Animer ses collaborateurs ou administrés.....	125
Critères EH mobilisés	127
Chapitre 2 - L'entreprise dans son territoire	129
Pérenniser l'entreprise et l'emploi dans un territoire	129
Soutenir l'engagement des collaborateurs	132
Fédérer le tissu local	138
Critères de la grille EH mobilisés.....	141
Chapitre 3 - Pour rechercher la paix, la médiation	145
Le besoin de la médiation en entreprise.....	146
La Médiation humaniste	149
Inculturer la médiation humaniste en entreprise.....	151

Chapitre 4 - Une démarche d'écologie humaine d'un comité de direction 155

Le projet..... 155

La méthode d'animation 157

Les fruits 160

Chapitre 5 - Critères EH mobilisés et facteurs clef de succès... 165

Critères EH..... 165

Facteurs clefs de succès 167

Conclusion : Principes d'économie EH et perspectives 169

En guise de postface 173

Bibliographie..... 177

À propos de l'auteur 181