



Le journal



Services

FR

EN

Votre
compte ▾ Menu

Droits de douane

Mort de Quentin Deranque

International

Planète

Politi

DÉBATS RELIGIONS

La religion, un business comme les autres

Dans son nouvel ouvrage intitulé « La Divine Economie », l'économiste Paul Seabright décortique les organisations religieuses avec les outils de l'analyse économique, offrant un regard neuf sur un phénomène central dans la vie des êtres humains.

Par Pascal Riché

Publié aujourd'hui à 19h00 • Lecture 3 min.

Article réservé aux abonnés

Livre. Cela a été dit et répété : sur le troublant réseau social Moltbook réservé aux agents d'intelligence artificielle, qui a surgi de nulle part en janvier, les participants ne font que singer la sociabilité des êtres humains. Il ne faut donc pas s'étonner que très vite ces robots aient décidé d'inventer leur propre Eglise, le « crustafarianisme » – ou Eglise du homard. Quoi de plus humain ?

Quel que soit le continent, la religion fait partie de la vie. Philosophes, historiens, anthropologues débattent depuis longtemps de cette propension qu'ont les individus à se retrouver dans une même communion spirituelle. Mais les économistes, sauf exception (Adam Smith, par exemple), ont généralement peu d'appétit pour ce phénomène. Une incongruité : les Eglises ne sont-elles pas des entreprises comme les autres, qui doivent se financer, survivre, concurrencer d'autres groupes, attirer le chaland ?

Le Franco-Britannique Paul Seabright, professeur à la Toulouse School of Economics, a décidé d'explorer cet angle mort de sa discipline. Dans *La Divine Economie* (Markus Haller, 572 pages, 28 euros), un ouvrage foisonnant, il aborde la religion avec ses outils d'analyse – l'offre, la demande, la concurrence, le rapport coût-bénéfice, les marques, le management, etc. –, mais aussi avec le renfort de l'histoire, de la sociologie et de son expérience personnelle. Dans ce livre dopé à la curiosité intellectuelle, l'auteur se pose une multitude de questions, qu'il élucide une par une, au fil de son

enquête : à quels besoins (très divers) répondent les religions ? Pourquoi sont-elles florissantes dans certaines régions et déclinantes dans d'autres, comme en Occident ? Pourquoi versent-elles souvent dans l'autoritarisme ?...

Systèmes de franchise

Paul Seabright part du constat que la religion est un business. Et pas un petit : selon une étude de 2016, les revenus des religions aux Etats-Unis ont atteint 378 milliards de dollars par an (318 milliards d'euros environ), soit 60 % du chiffre d'affaires du secteur du divertissement et des médias ! Puis il cherche à définir les contours de cette activité. De natures très variées, les Eglises doivent être, dit-il, pensées comme des « plateformes » qui produisent des services matériels (rencontres, entraide, éducation...) ou spirituels. Il n'est pas déraisonnable d'appliquer aux cultes l'adage employé à l'endroit des plateformes numériques : « *Si c'est gratuit, c'est vous le produit.* »

LA SUITE APRÈS CETTE PUBLICITÉ

Les religions reposent en effet sur un modèle économique original, dont la fidélité est un ingrédient-clé. Ainsi, plus la doctrine de la religion est complexe, plus il est coûteux, pour les « fidèles » qui l'ont intégrée, de rejoindre un groupe concurrent. Ceux-ci contribuent activement à la valeur de leur Eglise, tant par leurs actions bénévoles que par sa promotion. L'objet central des religions est de tisser des liens solides entre les membres d'une communauté, et en s'appuyant sur des techniques éprouvées (récit, rituel...). Leur génie est de conférer du sens à la vie, un sens qui découle en réalité du partage d'expériences des fidèles eux-mêmes.

Lire aussi l'enquête | [Le libéralisme, une forme de théologie où le marché est érigé en dieu tout-puissant](#)

Le spécialiste de microéconomie s'intéresse aussi aux questions d'organisation. Pour se développer, constate-t-il, les cultes recourent souvent à des systèmes de franchise. Certains parviennent à tisser des structures d'une robustesse inégalée. Quelle grande entreprise peut se targuer d'avoir, à l'instar de l'Eglise catholique, franchi deux millénaires sans changer d'objet social ? Seabright attribue cette prouesse à un pilotage qui repose à la fois sur un « *soft power* » souple et une hiérarchie « *incroyablement plate pour une organisation de cette taille* ».

Sur le pouvoir qu'accumule toute religion, l'analyse de Paul Seabright se fait plus fine. Certes, les croyances sont, à de rares exceptions près, librement consenties, et pourtant les leaders exercent un pouvoir immense sur leurs ouailles. Un tel pouvoir doit être canalisé, faute de quoi les dirigeants de ces Eglises versent toujours dans des abus, qu'ils soient financiers, violents ou sexuels. Selon l'auteur, réduire ces risques passe par la densification des réseaux (plus ils sont denses, plus les personnes vulnérables ont d'alliés), la responsabilisation vis-à-vis de l'extérieur (des audits externes réguliers) et la fin de la culture du silence, avec des discussions fréquentes entre membres sur les forces et les faiblesses de leur organisation.

La relation des religions avec le pouvoir politique, qui fait souvent l'objet d'une négociation continue, est complexe. Les gouvernements cherchent à s'attirer l'appui des religions, pour renforcer leur légitimité (et convaincre plus facilement leurs citoyens ou sujets de faire des sacrifices). En sens inverse, les religions ont parfois besoin de la protection du pouvoir politique, afin de mieux faire face à la concurrence. Mais s'aligner trop étroitement sur ce dernier finit toujours par miner leur

crédibilité, et faire fuir leurs fidèles – un processus qu'accélèrent les réseaux sociaux. L'actualité iranienne en donne une bonne illustration, avec la perte de légitimité des leaders religieux. En économie, on parle d'un arbitrage entre un avantage à court terme et un coût à long terme.

Ce dont Paul Seabright est convaincu, c'est que le business de la religion dans le monde ne cesse de prospérer. Malgré des revers en Occident, il n'a jamais été plus florissant. La prophétie apocryphe de Malraux, « *Le XXI^e siècle sera religieux ou ne sera pas* », s'est bien réalisée.

¶ **« La Divine Economie.** Les religions et la course aux richesses, au pouvoir et aux fidèles », de Paul Seabright. Markus Haller, 572 pages, 28 euros.



Paul Seabright
LA DIVINE ÉCONOMIE



Les religions et la course aux richesses,
au pouvoir et aux fidèles



éditions

markus haller



« La Divine Economie. Les religions et la course aux richesses, au pouvoir et aux

fidèles », de Paul Seabright. Markus Haller, 572 pages, 28 euros. MARKUS HALLER

Pascal Riché

Le Monde Ateliers

Découvrir

L'Heure du Monde

Assistez à un enregistrement
en public à l'occasion des 5
ans du podcast

Cours du soir

L'Europe à l'heure du
transatlantique