



## économie solidaire et communication

Eric Dacheux

► **To cite this version:**

Eric Dacheux. économie solidaire et communication. Economie solidaire, CNRS éditions, pp.125, 2011. <sic\_00638163>

**HAL Id: sic\_00638163**

**[https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00638163](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00638163)**

Submitted on 4 Nov 2011

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## **Economie solidaire et communication: deux champs de recherches qui peuvent s'enrichir l'un l'autre**

Eric Dacheux

Groupe de recherche « Communication et solidarité »  
Clermont Université

Pour citer ce texte : Eric Dacheux « Economie solidaire et communication » : in J.L. Laville coordination , *L'économie solidaire* coll. Les Essentiels d'Hermès, CNRS éditions. 2011

L'économie solidaire est un terme peu connu du grand public. Certes, des reportages sont consacrés à certains de ces secteurs, comme le commerce équitable ou la finance solidaire. Mais ces coups de projecteurs médiatiques laissent dans l'ombre de très nombreuses initiatives solidaires (épargne de proximité, développement local, services aux personnes, etc.) et ne disent pas grand-chose du projet politique qui nourrit l'économie solidaire. L'économie solidaire n'est pas, en effet, une simple étiquette rassemblant des activités diverses qui ont pour point commun de développer des activités économiques en vue de tisser du lien social, c'est un projet d'approfondissement de la démocratie visant à développer la participation des citoyens aux décisions au sein du système politique et à étendre la démocratie au sein même du système économique. Il s'agit donc de soumettre la logique économique à la logique politique. Projet en opposition avec les pratiques du capitalisme actuel. Cette opposition, bien entendue, génère des problèmes dans l'espace médiatique que les sciences de l'information et de la communication (SIC) peuvent utilement éclairer (première partie). Cependant, nous défendons, également, l'idée que l'économie solidaire est, pour les SIC, un lieu de lecture permettant de comprendre la triple dimension de l'espace public, concept au coeur des relations entre communication et démocratie (deuxième partie). Pour le dire autrement, notre ambition est d'initier une réflexion montrant que, d'un côté, l'économie solidaire a tout à gagner à s'enrichir des problématiques de communication, incontournables vu l'importance des médias dans nos sociétés, tandis que, de l'autre, les SIC peuvent enrichir leur pluridisciplinarité en étudiant un objet comme l'économie solidaire qui pousse à penser ensemble le politique, l'économique et le symbolique.

### ***I- Première approche : Les problèmes de communication de l'économie solidaire***

L'économie solidaire est, tout à la fois, un militantisme politique, un ensemble d'initiatives économiques cherchant à tisser du lien social et un projet politique démocratique global (une utopie). Une telle complexité engendre naturellement certains problèmes de communication. Nous pouvons les

classer en deux catégories : ceux liés aux caractéristiques de l'espace médiatique contemporain et ceux liés à la nature utopique de l'économie solidaire.

## **I A)- Les difficultés de communication de l'économie solidaire dans l'espace médiatique**

Le premier problème, très facilement identifié et souvent très fortement dénoncé par les acteurs, est la faible visibilité médiatique de l'économie solidaire. Certes, l'économie solidaire n'est pas absente des médias puisqu'il existe une presse spécialisée qui parle de ce secteur d'activité (La lettre de l'économie sociale, Association mode d'emploi, etc.) qui est aussi couverte par la presse militante (Silence, Peuple solidaire, etc.). De plus, la presse quotidienne régionale répercute facilement les événements (salons, conférences, etc.) créés par les acteurs de l'économie solidaire, tandis que la presse nationale, y compris audiovisuelle, consacre quelques reportages à des activités comme le Commerce équitable, le tourisme solidaire ou la finance solidaire. Il n'y donc pas une invisibilité totale de l'économie solidaire, mais une invisibilité partielle. Cette invisibilité partielle est liée à son éclatement : les médias généralistes ne possèdent pas de rubrique « économie solidaire » : les initiatives solidaires sont présentes dans l'espace médiatique, mais ne sont pas regroupées sous le vocable « économie solidaire ». Ceci s'explique autant par la méconnaissance des journalistes de ce secteur (Crépy, 2006), que par la multiplication des appellations pouvant qualifier une même initiative (« tiers secteur », « économie sociale et solidaire », « non profit sector », etc.). Dans ces conditions, il n'est pas surprenant que les journalistes préfèrent se focaliser sur l'activité plutôt que sur le concept dans lequel s'inscrit cette activité. Ainsi, l'une des forces de l'économie solidaire (sa présence dans des domaines d'activité très différents) et aussi l'une de ses principales faiblesses médiatiques.

Mais ces problèmes médiatiques n'ont pas uniquement une dimension journalistique. L'invisibilité partielle de l'économie solidaire s'explique aussi par l'absence de chiffres officiels dans ce domaine. Il n'existe pratiquement pas de statistiques fiables au niveau national et encore moins au niveau européen. Sans poids économique, l'économie solidaire a du mal à peser sur le débat public. Par ailleurs, cette invisibilité est due également à l'autocensure des acteurs qui, ayant besoin du soutien financier de pouvoirs publics et/ou devant gagner la confiance de clients et fournisseurs économiques répugnent à mettre en avant l'étiquette « économie solidaire » dans leur argumentation publique. Le projet politique s'efface devant le devoir de gestion. Cette invisibilité partielle, enfin, s'explique par le cloisonnement de secteurs pourtant très proches, par l'incapacité des acteurs de l'économie solidaire à rassembler derrière quelques idées communes des militants utilisant pourtant des outils de l'économie solidaire (épargne solidaire, micro crédit, circuit court de distribution, etc.) comme ceux de l'aide humanitaire, de

la coopération internationale ou de l'altermondialisation. Si l'économie solidaire ne parvient pas à se rendre visible des militants proches de ses analyses, comment peut-elle espérer toucher le grand public ? Sans doute ne faut-il pas mettre les bords médiatiques avant la charrue du rassemblement militant.

## **I- B) Les difficultés liées à la nature utopique de l'économie solidaire**

Le projet de l'économie solidaire, approfondir la démocratie (développer la participation dans la société civile et la co-décision dans le système politique) et l'élargir au système économique est de nature utopique. Du coup, il possède une dimension onirique, imaginaire. Cette capacité créatrice est une force, mais aussi une faiblesse. Faiblesse, car il est très difficile de faire partager un rêve collectif. Chaque militant a sa vision et son interprétation de ce rêve, d'où la difficulté pour les journalistes et le grand public à cerner la cohérence de ce projet utopique. De plus, cette dimension onirique fait que le projet d'économie solidaire se voit automatiquement opposer le principe de réalité. L'éparpillement et le faible poids économique des initiatives solidaires, d'un côté ; la globalisation financière et la puissance des multinationales capitalistes, de l'autre. Pot de terre contre pot de fer. Le combat n'est pas égal et ne peut pas être gagné. Communiquer sur la possibilité d'un autre monde, c'est invariablement se heurter aux impossibilités de changement ayant conduit au monde actuel. Au côté de cette dimension onirique, toute utopie possède également, une dimension critique. Or, la critique est toujours critiquée. Tout d'abord, elle est peu appréciée car elle est vécue comme une dénonciation peu constructive : l'économie solidaire n'est qu'une des multiples manifestations d'un anti libéralisme primaire incapable d'endiguer la globalisation économique. Ensuite, elle se trouve suspectée de passéisme. Contestant l'ordre présent, on la soupçonne volontiers de vouloir restaurer l'ordre ancien. Au fond, l'économie solidaire n'est que le retour égoïste à l'exploitation locale des richesses par une communauté repliée sur elle-même. Enfin, elle se trouve critiquée par les autres critiques de l'idéologie. Par exemple, pour les tenants de la décroissance, l'économie solidaire n'est pas assez radicale, de compromis en compromission avec le système capitalisme, elle ne fait que lui ouvrir de nouveaux marchés. A ces dimensions critique et onirique, l'utopie ajoute une dimension systématique. L'utopie est une mise en forme rationnelle, planifiée d'un monde meilleur à venir. Or, cette dimension systématique fait défaut à l'économie solidaire. L'économie solidaire n'a pas cristallisé, en une vision claire et cohérente, l'ensemble des critiques qui, du développement durable à la décroissance en passant par l'humanitaire et le féminisme, proposent des alternatives au monde actuel. L'économie solidaire est un discours utopique qui n'a pas la force symbolique de l'utopie, c'est là sa principale faiblesse communicationnelle dans l'espace médiatique.

Cette analyse des problèmes de communication de l'économie solidaire que nous avons détaillée ailleurs (Dacheux 2007), n'est qu'une première approche. Une approche limitée qui aborde l'économie solidaire comme un mouvement politique classique. Or, notre thèse est que l'économie solidaire est bien plus que cela : elle est le révélateur de la triple dimension de l'espace public, et en cela, elle est au centre de l'analyse des rapports entre communication et démocratie.

## **II - Deuxième approche : l'économie solidaire comme révélateur des trois dimensions de l'espace public**

Analyser la communication politique des démocraties actuelles c'est, obligatoirement se confronter à la notion d'espace public. Or, l'espace public n'est pas simplement un espace symbolique où se déploie la communication d'intérêt général. L'espace public doit être repensé dans toute sa complexité. Complexité politique, tout d'abord. En effet, Habermas (1997) rejette le simplisme de la vision libérale au profit d'une élégante synthèse théorique permettant de rendre compte des tensions résultant de la confrontation entre l'agir stratégique des systèmes (économique et étatique) et l'agir communicationnel du monde vécu. Mais cette complexité n'est pas uniquement politique, elle est aussi symbolique et économique, puisque l'espace public est l'instance de régulation, - propre à la démocratie - des conflits entre l'ordre politique (élaboration de la norme), l'ordre symbolique (la circulation du croire) et l'ordre économique (la valorisation des ressources) (Dacheux, 2007 b). Dès lors, toute analyse qui étudie les mouvements militants visant à réformer la société démocratique doit prendre en compte, simultanément, ces trois dimensions. Ce que met particulièrement en lumière l'étude de l'économie solidaire puisque cette dernière est, nous l'avons vu, tout à la fois :

- Le fruit d'un militantisme politique qui vise à développer un agir communicationnel au sein même du système étatique (Hermès, 2003).
- Un ensemble d'initiatives économiques qui s'efforcent donc d'ajuster l'offre à la demande par la délibération démocratique entre toutes les parties prenantes.
- Une utopie entendant soumettre la logique économique à la logique démocratique.

Commençons par étudier la dimension politique de l'économie solidaire. L'économie solidaire est, dans de nombreux pays (Brésil Equateur, Luxembourg, etc.) un des axes de politiques publiques cherchant des formes de développement économique plus endogènes et plus participatives (Laville, Magnen et al. 2005). Toutefois, il est bon de le rappeler, l'économie solidaire est, avant tout, un militantisme politique. Un militantisme qui présente la singularité de conjuguer discours antilibéral et actions pragmatiques dans le domaine économique. La forte demande de participation qui s'exprime

aujourd'hui dans les démocraties européennes, souligne la nécessité de l'instauration de politiques publiques renouvelées. Il s'agit d'équilibrer la représentation par la participation active des citoyens. Cette conception républicaine de la démocratie fait de la délibération publique un élément central de toute régulation. L'intérêt général politique, mais aussi l'intérêt économique collectif doivent se définir démocratiquement par l'instauration d'un débat public porté par l'ensemble des acteurs. La détermination du cadre de vie de la collectivité doit, dans toutes ses dimensions, passer par la délibération.

Deuxième point, la dimension économique. L'économie solidaire est une autre pratique de l'économie. Les initiatives d'économie solidaire s'efforcent d'ajuster l'offre à la demande non par les mystères de la main invisible du marché, mais par les mécanismes politiques de la délibération. Reposant sur le principe un homme une voix, les organisations solidaires, dans la lignée du mouvement associationniste de 1848, s'efforcent d'introduire la démocratie au cœur même de l'acte productif. Il ne s'agit plus d'encadrer, de contenir une économie qui détruit la démocratie, mais de développer une économie qui renforce et étend la démocratie. De plus, l'économie solidaire cherche à subordonner le bien au lien, à retisser, par la pratique économique, des liens sociaux. Dans cette perspective, l'économie solidaire s'oppose à une vision contractuelle et individualiste du lien de « participation organique » (Paugam, 2008). Enfin, l'économie solidaire est une réponse à un usage illimité et spéculatif de la monnaie. Par la délibération collective, sur ce qui doit relever de l'échange monétaire et ce qui doit lui échapper (le vivant par exemple) l'économie solidaire permet de délimiter la sphère économique. L'étendue de celle-ci ne résulte donc pas des forces du marché et de la recherche de l'intérêt individuel - même si elle les prend en compte - elle est subordonnée au choix démocratique. Par ailleurs, l'économie solidaire, comme en attestent différentes pratiques telles que les systèmes d'échanges locaux, cherche à limiter la monnaie à ses fonctions d'incitation et de mesure de la production et d'intermédiaire à l'échange. Ce qui revient à s'opposer aux pratiques monétaires spéculatives qui consistent à utiliser la monnaie pour elle-même et non pas comme facilitateur de l'échange économique. La monnaie devient alors un média qui renforce le lien d'une communauté politique et non plus cet objet du désir illimité qui, comme le notait déjà Aristote, détruit le lien social. Cette volonté de soumettre la monnaie à l'intérêt de la communauté, s'accompagne naturellement d'une volonté d'élargir l'usage de la monnaie à l'ensemble des membres de la communauté. La monnaie n'étant plus perçue comme un facteur d'exclusion (fossé entre ceux qui la possèdent et ceux qui ne la possèdent pas), mais comme un facteur d'inclusion (tout membre de la communauté se voit garantir un accès à la monnaie). Ainsi, selon nous, l'économie solidaire est une économie où les fonctions de la monnaie sont limitées tandis que l'usage de la monnaie est démocratisé..

Troisième point, la dimension symbolique. L'économie solidaire un projet d'approfondissement (participation) et d'élargissement (à la sphère économique) de la démocratie. Il s'agit donc de soumettre la logique économique à la logique démocratique. L'économie solidaire est donc, au sens plein du terme, une utopie, un projet global de société faisant du débat démocratique la pierre angulaire du vivre ensemble. Ainsi, l'économie solidaire, dans l'ordre symbolique, conteste la définition orthodoxe de l'économie qui sert de légitimation au capitalisme. Surtout, en combattant l'idéologie libérale, en contestant la domination de l'ordre économique, l'économie solidaire propose un projet de société alternatif, l'espoir d'un monde meilleur, une utopie capable de combattre la nostalgie xénophobe qui tente les perdants de la globalisation économique.

L'économie solidaire, en rappelant la multiplicité des modes d'échanges de biens et de services dans l'économie (le marché, la redistribution, la réciprocité), conteste l'assimilation entre richesse et richesse économique et met en lumière la part d'idéologie se cachant derrière la définition orthodoxe de l'économie. Ainsi définie, l'économie solidaire est un observatoire privilégié de la triple nature (économique, politique, symbolique) de l'espace public.

## Conclusion

Il faut approfondir l'interdisciplinarité. Les recherches sur l'économie solidaire ont tout intérêt à intégrer des problématiques de communication pour mieux cerner les difficultés de ce militantisme spécifique dans l'espace public. A l'inverse, les sciences de l'information et de la communication, peuvent, en s'intéressant à l'économie solidaire, dépasser, dans l'étude des liens contemporains qui unissent communication et démocratie, le clivage entre des approches compréhensives se réclamant de la communication politique et des études critiques s'inscrivant dans l'économie politique de la communication. En analysant la complexité de l'économie solidaire, les SIC peuvent mieux saisir la nature tri dimensionnelle de l'espace public. Ce dernier n'est pas uniquement un espace de communication politique, c'est l'espace qui met en communication, le politique, l'économique et le symbolique.

Eric Dacheux  
Groupe de recherche « Communication et solidarité »  
Clermont Université

Pour citer ce texte : Eric Dacheux « Economie solidaire et communication » : in J.L. Laville coordination , *L'économie solidaire* coll. Les Essentiels d'Hermès, CNRS éditions. 2011

## Références bibliographiques

Créquy P. (2006), « Médias : économie solidaire ? Connais pas ! », [www.place-publique.fr](http://www.place-publique.fr), consulté en janvier 2007.  
Dacheux E. (dir.) 2007, *Communiquer l'utopie : économie solidaire et démocratie*, Paris, L'Harmattan.

- Dacheux E.(2007 b), « Une nouvelle approche de l'espace public", in *Recherches en communication*, N°28, 2007
- Habermas J., (2007), *Droit et démocratie*, Paris, Gallimard.
- Hermès, N°36, (2003), *Economie solidaire et démocratie*, Paris : CNRS éditions.
- Laville J.L., Cattani A.D. (2005). *Dictionnaire de l'autre économie*, Desclée de Brouwer, Paris.
- Laville J.L., Magen J.P. et al. (2005), *Action publique et économie solidaire*, Ramonville Saint-Agne, Eres.
- Paugam, S. (2008), *Le lien social*, Paris, PUF.
- Wolton D. (2005), *Il faut sauver la communication*, Paris : Flammarion.