

TABLE DES MATIERES

Partie statutaire

- Compte-rendu de l'Assemblée générale du 23 juillet 2009p. 2
- Rapport moral pour l'année 2008.....p. 3
Frère Jean-Claude, Cîteaux
- Présentation des comptesp. 5
Soeur Madeleine, Belval

Intervenants

- Plaidoyer pour un regard renouvelé sur Monastic
Père François You, Abbé de Maylis, Président de la CMF..... p. 7
- Le commerce dans les monastères, point de vue pastoral
Père Luc Cornuau, Abbé de La Pierre qui Vire, membre du bureau de la CMF
..... p. 12
- Résultats des échanges en carrefours p. 18

Rapports des groupes de travail

- Ornaments p. 11
Sœur Marie Christine, Dourgne
- Hosties, le DVD p. 11
Bertrand Le Goaëc

Assemblée générale de Monastic **23 juillet 2009**

L'Assemblée générale de Monastic s'est tenue chez les Lazaristes le 23 juillet 2009. Après avoir été annulée en février, cette rencontre ne comptait que peu d'inscrits jusqu'à une date assez tardive, mais l'appel lancé par le Président de la CMF (Conférence Monastique de France), Père François You, Abbé de Maylis, qui était présent à la réunion, a contribué à améliorer le taux de participation.

La journée a commencé vers 9 h 30 par l'office de tierce. Puis Frère Jean-Claude a présenté à l'Assemblée P. François, Président de la CMF, Père Luc, Abbé de La Pierre qui Vire et membre du bureau de la CMF, très investi également dans le travail préparatoire à l'Assemblée et pressenti pour représenter la CMF dans le conseil d'administration de Monastic ; et Mère Marie-Bernard, Prieure du Carmel de Bayonne, Présidente du SDM (Service des Moniales). Puis il a donné lecture du rapport moral qui clôturait son mandat.

Ensuite, Sœur Madeleine, de Belval, trésorière, a fait la présentation des comptes. Les deux rapports ont été approuvés à l'unanimité.

En milieu de matinée, Père François a repris le document qui avait été envoyé à toutes les communautés, mais... que tous n'avaient peut-être pas eu le temps de lire. De plus, du temps a été laissé pour les réactions, dont le détail vous est donné après le texte officiel. C'est à ce moment-là que Sœur Marie-Christine de Dourgne a également donné des détails sur « l'affaire des étoles » à la célébration des Invalides avec Benoît XVI.

On a procédé alors aux votes, avec d'abord la ratification de la cooptation de Sœur Marielle, à l'unanimité. Voici les membres qui ont été proposés pour cette nouvelle élection :

Père Luc, Abbé de La Pierre qui Vire, en tant que représentant officiel de la CMF 103 voix

Sœur Marie-Dominique, Prieure du Carmel de Saint Germain en Laye, au titre de représentante officielle du SDM 85 voix

Pour représenter les Dominicaines, Sœur Marie, de Prouilhe – non présente à l'Assemblée générale, sa candidature ayant été obtenue en toute dernière minute ! 101 voix

La matinée s'est terminée par la présentation du DVD sur la fabrication des hosties, « Les Boulangères du Bon Dieu », très belle réalisation menée à bien par le groupe, avec l'aide de Bertrand Le Goaëc.

Après la messe, le repas a réuni une bonne partie des participants, qui ont bénéficié aussi d'un temps de rencontres informelles très apprécié après le repas. Le travail a repris à 14 h 30 après l'office de none. M. Le Goaëc a expliqué quelques points techniques concernant la réalisation du film et les projets pour sa diffusion.

Il est arrivé alors quelque chose d'absolument inédit dans toute l'histoire de Monastic : en remerciement de son service exceptionnel, le logo Monastic a été décerné à Frère Jean-Claude !

Comme établi dans le programme, l'après-midi comportait d'abord une conférence de Père Luc, Abbé de La Pierre qui Vire, pour présenter le problème du commerce dans les monastères du point de vue éthique. En fait, il a préféré soulever les questions sans leur donner forcément de solution, car les choses ne sont pas simples, et le but était de faire réfléchir chacun. Ensuite, les participants se sont regroupés par six ou huit pour étudier l'une ou l'autre des questions proposées. Chaque groupe ne pouvait choisir qu'une question. Le temps d'écouter les comptes rendus de chacun des rapporteurs, et la journée était terminée vers 16 h 30.

Rapport moral 23 juillet 2009

La dernière Assemblée Générale s'est tenue le 31 janvier 2008.

Inscrits: 107 personnes dont 5 amis ou invités (Membre d'honneur, Fondation des Monastères, assistant technique...)

Communautés représentées : 103 dont 28 pouvoirs

A noter, un bon nombre de supérieurs, Pères Abbés, Mères Abbesses, Prieures, et en particulier le Président de la CMF (Conférence Monastique de France), le Père François, Abbé de Maylis, la Présidente du SDM (Service des Moniales), Sœur Marie-Bernard, Prieure du Carmel de Bayonne, et le Prieur Général de la Congrégation de Croixrault.

Le retard à se réunir pour l'AG est le problème que nous avons eu (et que nous avons toujours) pour renouveler le Conseil d'Administration. Nous allons en reparler.

Composition du conseil d'administration

Président sortant : Frère Jean-Claude, Abbaye N.-D. de CITEAUX

Vice-Président : Père Martin-Marie, Abbaye Saint-Joseph de Clairval, Flavigny

La Vice-Présidente : Sœur Jean-Baptiste de Pradines a démissionné en cours de route

Secrétaire statutaire : Frère Nathanaël, Abbaye de Tamié

Trésorière : Sœur Madeleine, Abbaye Notre Dame de Belval

Autres membres

Sœur Dominique-Emmanuel, Dominicaine de CHALAIS, qui achève son mandat

Sœur Marie-Reine, Visitandine de l'Avenue Denfert-Rochereau, PARIS

Sœur Anne-Marie, Carmel de Montmartre

Sœur Marielle, de Sainte-Françoise Romaine cooptée par le CA pour remplacer Sœur Jean-Baptiste.

Réunions du CA : il y en a eu 5 depuis un an et demi.

Le nombre des membres de l'Association est stable, il y a eu en 2008 un départ (Carmel d'Aire sur Adour, fermé), on doit se trouver à 227 membres actuellement, dont 18 hors de France.

Au moins 138 contrats, en légère hausse malgré quelques cessations, car il y a eu une relance : si jamais une prochaine édition du catalogue ne comportait que les produits qui portent le logo Monastic, comme cela a été envisagé, il reste un certain nombre de produits ou services qui correspondent aux critères d'attribution de la marque et pour lesquels le contrat n'a pas encore été établi.

Journée de formation en novembre dernier.

Thème traité : les énergies renouvelables.

L'ensemble des présentations données ce jour-là est disponible dans l'intranet du site de la Fondation des Monastères.

Il y aura en 2009 une journée proposée par la Fondation des Monastères et la CORREF, sur le thème de la « Disparition des Instituts ».

Promotion de la marque

Nous avons préféré ne pas retourner à Religio : beaucoup de travail, la permanence à assurer sur le stand par des moines et des moniales, un coût certain, pour une présentation qui ne correspond pas tout à fait à ce que nous voulons dire de notre travail.

Le catalogue spécialisé pour présenter la fabrication des ornements a pu être envoyé aux directeurs de séminaires à la fin du printemps de cette année ; nous n'en avons reçu aucun écho (une trentaine d'envois).

Concernant les ornements, Monastic a pu aussi servir d'interlocuteur avec ceux qui avaient la charge de préparer la célébration aux Invalides avec Benoît XVI. Les monastères étaient sollicités pour faire les étoiles des concélébrants. Toutefois, il semble que, lorsque nous avons été contactés, les choses étaient déjà très avancées, et les conditions qu'on exigeait ont fait que nous n'avons pas pu obtenir le marché. Il est à noter que nous étions quasiment en appel d'offre, pour des ornements... Cette expérience a montré que nous pouvions arriver à nous organiser et à donner une réponse de niveau professionnel. Monastic a tout de même jugé préférable que les évêques qui suivent la vie consacrée soient informés de la façon dont les choses s'étaient passées.

N'hésitez pas à demander la dernière version du catalogue papier (sorti début 2006). Des exemplaires sont encore disponibles à Flavigny.

Nous pouvons aussi vous fournir d'autres étiquettes avec le logo Monastic pour mettre dans vos magasins, si vous n'en avez pas assez ou si elles se sont abimées.

Saint Benoît sur Loire assure toujours la diffusion des sacs en plastique avec le logo.

Sur le site de Monastic, la page « Corpus » donne une idée des livres disponibles pour chacune de nos spiritualités, elle reste encore à améliorer, toutes les suggestions sont les bienvenues.

Charte : un travail important a été réalisé.

Ce qui avait d'abord été baptisé du nom de « charte » a abouti, après plusieurs réunions de travail, à un document cosigné par la CMF, « **La pratique commerciale dans les magasins de monastère** », qui a d'abord été diffusé par ses soins, ainsi que par le SDM, à l'automne 2008. Père Luc, Abbé de La Pierre qui Vire, doit aujourd'hui en développer les aspects pastoraux.

Relations avec les associations voisines

Monastic est représenté aux réunions de l'ATC, de LMC.

Concernant LMC, une demande nous a été transmise pour que, lors de cet AG, nous examinions la situation de LMC. Il semble qu'un certain malaise existe parmi plusieurs membres de cette Association. Nous avons convenu avec F. Jean-François de Belloc, actuel Président de cette Association, de nous rencontrer au prochain Conseil d'Administration pour étudier la chose et voir quelles relations Monastic peut avoir avec LMC.

On peut noter également que nous sommes intervenus auprès du Cèdre avec notamment la question du référencement des cierges, qui pourrait avoir aussi des conséquences pour les fabricantes d'hosties.

Les groupes continuent dans l'ensemble leur fonctionnement ordinaire. Le même travail pourrait se développer dans d'autres secteurs d'activité.

Vous verrez en fin de matinée un très beau travail destiné à faire connaître la fabrication des hosties dans les monastères, réalisé sous la direction du groupe des hosties, et financé par Monastic (grâce à l'aide de la Fondation des Monastères).

De la même façon, Monastic a pu participer aux frais d'une session organisée à Chantelle pour les fabricants de cosmétiques, sur la législation de l'étiquetage.

Besoin de réunions pour responsables de magasins ?

Parmi les pistes de travail

Revivifier la liste des adresses utiles, avec des « personnes-contact » qui acceptent d'être consultées sur un sujet précis. Pour les cosmétiques, Monsieur Bourrust, qui a donné la session à Chantelle, a accepté d'être inséré dans cette liste. Si vous connaissez des frères ou des sœurs, ou des experts professionnels, qui vaudraient la peine d'être mentionnés, merci de nous le faire savoir.

PRÉSENTATION DES COMPTES

BILAN AU 31/12/2007

ACTIF		PASSIF	
Stocks	1 972,71	Report à nouveau	14 259,27
Livret A	33 032,41	EXCÉDENT de l'exercice	23 949,17
CCP	6 283,81	CHARGES À PAYER	3 020,82
Caisse	105,33	A RÉGULARISER	275,00
PRODUIT À RECEVOIR	110,00		
	41 504,26		41 504,26

COMPTE D'EXPLOITATION ANNÉE 2007

CLASSE 6

Edition du catalogue des ornements	14 573,70
Dossier vert	1 554,36
Frais de secrétariat	135,30
Logos	437,81
Mutuelle St Christophe	133,91
Internet	9 209,24
Publicités diverses RELIGIO etc...	13 731,08
Transports catalogues etc...	1 078,10
Frais de réunions (Ecotral- Centre Sèvres)	6 873,47
Frais de voyages	3 771,30
Frais de téléphone	1 027,28
Frais postaux	381,11
Valeur d'entretien	8 892,00
Charges financières	4,00
Partage: subv. accordée. (St Sever Calvados entrée à Théophile)	947,23
TOTAL DES CHARGES	62 749,89

CLASSE 7

Vente de logos	708,00
ventes à RELIGIO 07	432,00
Prestation service/Catalogues	0
Cotisations	20 226,00
Revenus financiers (livret A)	1 598,70
DONS	50 250,00
Transfert de charges: timbres	75,86
Tansfert de charges: repas	721,00
transfert de charges diverses	0,00
TOTAL DES PRODUITS	74 011,56

EXCEDENT 11 261,67

BILAN AU 31/12/2008

ACTIF		PASSIF	
Stocks	516,99	Report à nouveau	38 208,44
Livret A	45 631,11	Excédent de l'exercice	11 261,67
CCP	3 140,04	CHARGES À PAYER	0,00
Caisse	181,97	A RÉGULARISER	0,00
Produit à recevoir	0,00		
	49 470,11		49 470,11

BUDGET PRÉVISIONNEL
ANNÉE 2008

CLASSE 6

DVD hosties	8 000,00
Dossiers verts	1 500,00
Frais de secrétariat	300,00
Logos nouvelle commande	1 500,00
Mutuelle St Christophe	134,00
Internet 400*12	4 800,00
Publicités diverses	0,00
Frais de réunions	2 000,00
Frais de voyages (2270 fin mai)	4 000,00
Frais de téléphone	1 030,00
Frais postaux	400,00
Valeur d'entretien	9 000,00
Charges financières	10,00
Frais exceptionnels	0,00
Partage*	3200,00
Dépenses autres : renouvellement dépôt marque*	

TOTAL DES CHARGES 35 874,00

* prévoir dans les 3 à 4 000 euros

CLASSE 7

Vente de logos	700,00
Cotisations	20 000,00
Revenus financiers (livret A)	800,00
DON Fondation des Monastères	

TOTAL DES PRODUITS 21 500,00

Déficit -14 374,00

Plaidoyer pour un Regard Renouvelé sur MONASTIC

Destiné aux Supérieur(e)s membres
de la CMF et du SDM
le 29 juin 2009

Historique :

Vous vous souvenez que début 2009, la CMF a été contactée par le Président de MONASTIC. Celui-ci voulait alerter les Pères abbés français qu'il ne parvenait pas à trouver de remplaçant pour assurer la charge de Président de l'Association Monastic. Il avait aussi du mal à assurer le renouvellement du Conseil d'Administration.

Il fut décidé que l'Assemblée générale de Monastic, prévue le 12 février 2009, serait repoussée et qu'à la place une réunion composée par le conseil d'administration (CA) auquel seraient joints quelques membres de la CMF et du SDM chercherait à comprendre ce qu'il se passait et comment faire évoluer la situation.

Le 12 février cette réunion eut lieu. Etaient présents, outre le CA de Monastic, P. François (Maylis, Pdt de CMF), P. Luc (La Pierre qui Vire) et P. Hugues (ND desNeiges) pour représenter la CMF, et d'autre part M. Marie-Madeleine (Chantelle), du côté du SDM.

Le dépouillement d'un questionnaire lancé par Monastic sur les services que rendait cette Association fut présenté : il était évident que la grande majorité des communautés qui avaient répondu demandaient le maintien de l'Association (98% des réponses, lesquelles recouvraient 45% des membres inscrits).

Une Commission fut formée (dénommée par la suite CoRéMo : Commission pour la Révision de Monastic). Elle devait faire des propositions en vue de « dégraisser le mammoth » (simplification, allègement, voir s'il n'y avait pas double emploi avec tous les organismes spécialisés tels que ATC, Boutique de Théophile, LMC etc.). D'autre part, il paraissait évident qu'il fallait réintroduire des Supérieur(e)s dans le CA de Monastic. C'était le cas au lancement de l'Association, puis progressivement les Supérieur(e)s s'étaient désinvesti(e)s, avaient laissé fonctionner l'organisme par lui même ... il s'était développé, et maintenant, on n'arrivait plus à trouver de pilote pour le guider !...

Le 26 février la CoRéMo s'est réunie à En Calcat. Etaient présents :

De la CMF : P. François, P. Luc, P. Hugues

Du SDM : M. Marie-Bernard (Présidente), M. Anne-Françoise (clarisses de Nérac)

De Monastic : P. Martin (Flavigny) et Sr Marielle (Bec)

Invitée sur place : Sr Marie-Noëlle (Echourgnac)

L'importance de Monastic fut réaffirmée fortement.

Par contre pour discerner quels étaient effectivement les vrais besoins auxquels elle correspondait, la CoRéMo proposait « une année de jachère » pendant laquelle on n'entreprendrait rien, mais on écouterait quels besoins réels se manifesteraient.

Un Directoire restreint serait chargé d'accueillir ces demandes, puis, en fonction de celles-ci, proposerait d'éventuels changements de statuts au cours d'une Assemblée générale tenue fin 2010.

Après consultation juridique auprès du P. Achille Mestre, il s'avéra que cette programmation nécessitait quelques aménagements. La CoRéMo devait rendre compte de son travail au CA de Monastic, avant de proposer des solutions lors d'une Assemblée Générale.

La rencontre avec le CA fut fixée au 26 juin et l'Assemblée générale le 23 juillet.

26 juin : Rencontre du CA de Monastic avec P. François et P. Luc, représentants de la CoRéMo.

La proposition d'une année de « jachère » faisait peur au CA : ils craignaient de voir mourir plusieurs services fournis par Monastic, qu'il serait difficile de reprendre ensuite. De même son rayonnement risquait de s'atténuer, pour le dommage de tous.

D'autre part il apparut nettement que l'Association correspondait à un réel service d'Eglise à rendre pour le monde monastique français. On devait donc chercher à la maintenir, quitte à l'aménager.

La charge de Président faisait peur aux abbés qui ne voulaient pas la voir confiée à l'un de leurs moines. Ceci pour deux raisons essentielles :

Elle était floue et laissait porte ouverte à un poids démesuré.

Elle nécessitait des sorties trop nombreuses pour être présent dans les « petits organismes » plus spécialisés tels que : ATC, LMC, Théophile, Fabricants d'hosties, CMA, etc.

Ainsi, la solution pour résoudre la crise semblait plus se profiler dans le sens d'une redéfinition du rôle du Président et un partage de la charge avec son CA.

C'est ce que nous avons tenté de faire, et que nous vous exposons maintenant.

Un regard nouveau sur MONASTIC

1- Services rendus : pourquoi nous tenons à Monastic

* C'est le seul lieu de représentativité générale de l'ensemble de la vie monastique, pour ce qui touche aux affaires économiques. Y sont engagés directement les moines et les moniales. Cette représentativité joue aussi bien en interne, c'est-à-dire pour les contacts entre monastères, que vis à vis de l'extérieur (opinion publique).

La Fondation des Monastères, certes, remplit un rôle important sur ce plan, mais pour bien des questions qui lui sont posées elle renvoie, à juste titre, à Monastic.

* C'est un lieu d'échange et d'entraide entre monastères. C'est aussi un lieu de relations où toutes les associations plus spécifiques peuvent se rencontrer et éventuellement se coordonner : LMC, ATC, Théophile, Fondation des Monastères etc... et aussi CMF et SDM.

* C'est un lieu d'information et de formation pour tout ce qui touche à l'économie de nos monastères.

* C'est une plate-forme de mise en commun des compétences individuelles, au service des uns et des autres.

* Référent concernant les affaires temporelles de nos monastères : Monastic a acquis un poids dans le monde monastique, une « aura », qui en fait une référence éthique, un soutien, un guide dans le domaine matériel.

Tout cela nous paraît très important à conserver, à faire vivre, et donc à porter ensemble !

Nous percevons alors une question posée à tous les Supérieur(e)s : N'y a-t-il pas un devoir de nous engager plus fermement pour soutenir et permettre à cette Association de continuer sa mission ?

2- Vers un fonctionnement plus léger

* L'*Assemblée Générale* est l'expression de la vie de l'Association.

Elle est un lieu de contacts, d'échanges, d'informations et de formation pour tous.

En cela, l'Assemblée est un moment apprécié et auquel la plupart tiennent.

* Le *Conseil d'administration* : les Statuts prévoient que c'est lui qui dirige l'Association.

- La représentation des diverses familles monastiques en son sein, est importante.

- Dans sa composition, il paraît nécessaire de réinsérer la présence d'un Abbé et d'une Supérieure qui concrétiseront le lien avec la CMF et avec le SDM.

- Contrairement à la pratique des dernières années, pour soulager le rôle du *Président*, celui-ci devrait partager le poids de sa charge avec les administrateurs (cf. Art 9 §2). Chacun pourrait par exemple être plus particulièrement chargé d'un dossier ou des relations avec telle association précise : groupe des fabricants d'hosties, Boutique de Théophile, ATC, Le Cèdre, la CMA , etc.

Remarquons qu'il n'est pas nécessaire que le Président ou les administrateurs soient des cellériers en charge. Il suffit que ce soient des moines/moniales impliqué(e)s dans les affaires économiques.

* La *Secrétaire administrative* assure la majeure partie du travail quotidien. Elle est rémunérée par l'Association. Elle agit en lien avec le Président, bien sûr. Il semble qu'en moyenne, un contact téléphonique par semaine soit suffisant.

Conclusion

Le but de cette intervention est de nous aider à changer de regard sur Monastic

1. Son importance est perçue comme déterminante sur bien des points concernant la vie économique de nos monastères. L'Association est considérée positivement par tous.

Elle a acquis une notoriété dans notre monde monastique qu'il serait dommage de voir diminuer car nous en avons tous besoin.

2. Sans pour autant surcharger les administrateurs, la nouvelle répartition des charges donne au Président un poids de travail nettement plus léger. Ce fait devrait aider les Supérieur(e)s à permettre à un frère ou une sœur de leur communauté d'assumer cette fonction.

3. Il nous revient à nous, Supérieur(e)s , de nous sentir responsables de cette Association, et d'y investir des forces parmi les membres de nos communautés, en proposant des candidats au Conseil d'administration.

4. La prochaine Assemblée générale est prévue le 23 juillet à Paris. La présence d'un bon nombre d'Abbés et de Supérieures serait perçue comme un encouragement et un gage de volonté d'aller de l'avant.

L'Assemblée prendra acte de ce nouvel élan, puis se penchera sur la question du commerce dans les magasins monastiques, vue sous l'angle pastoral (intervention de P. Luc).

Le Président de la CMF
P. François You

Le Président de Monastic
P. Jean-Claude de Metz

La Présidente du SDM
M. Marie-Bernard Amestoy

Réactions, lors de l'Assemblée générale

- Philippe Mignotte : j'ai constaté que Monastic constituait un peu la « communauté des communautés », avec un réseau d'amitié fort. Ce point est confirmé par le fait que, lorsque des grèves ont obligé à tout regrouper en un seul jour, certains ont regretté le manque de temps pour se rencontrer.

- Frère Pierre-Marie, Kergonan : rappel que Monastic, ça a d'abord été une structure juridique pour déposer la marque, et aussi la soutenir et la défendre. La marque a contribué au rayonnement de Monastic, et contribue à faire connaître les produits.

Au point de départ, quand on travaillait avec le Cabinet Barnay, le point de vue était de se défendre par rapport à des concurrents extérieurs. Actuellement, on serait davantage confronté à un discernement interne.

- Madame Tantardini, Fondation des Monastères : pour nous, il est important de pouvoir nous adresser à une structure qui représente les monastères, et dont la forme juridique est distincte de la nôtre.

- Père Colombar, Maylis, au titre de Président de la Boutique de Théophile : les associations parallèles sont-elles justement trop parallèles ? Y aurait-il moyen de travailler davantage ensemble ? Pourrait-on concevoir qu'un jour la Boutique de Théophile se classe comme un groupe de travail parmi les autres ?

- Père Jean François, Belloc, au titre de Président de LMC : merci pour la collaboration. Il y a un dialogue. La charte est un document riche et prometteur, avec des corrections possibles, une liberté de parole et la confiance : chacun a pu réagir, dans un travail de collaboration.

- F. Philippe, Tamié : ce qui est en jeu, c'est le travail dans les monastères. Pas le chiffre d'affaires, pas la technicité, mais la valeur du travail en elle-même.

Dans le groupe des fromagers, au départ on sentait une certaine concurrence entre les membres, avec beaucoup de mal à partager les livres de comptes. Ce sont des querelles internes dérisoires.

C'était le charisme de Dom Loys de savoir faire percevoir la noblesse du travail. Cela reste pertinent aujourd'hui.

Monastic a explosé. On s'est éloigné de cette préoccupation. Dans les monastères, la tendance actuelle est d'avoir de moins en moins d'activités primaires. La problématique a beaucoup évolué.

Un exemple : en 1996, peu de temps avant l'assassinat des moines à Tibhirine, il y avait eu un reportage à la télé, sur « les moines et le business ». On conçoit facilement le malaise. Nous avons une image à défendre, et nous avons du mal à mener une dynamique commune.

- Père Hugues, Père Abbé des Neiges : défense du logo. Certains produits n'ont que l'image qui est monastique, avec une ambiguïté sur les modes de fabrication. Il est important d'en parler, d'y réfléchir.

Dans le cas des étoles ou d'autres fournitures pour un grand rassemblement, on n'a pas été concurrentiels. Comment faire pour nous améliorer ?

- Sœur Marie-Christine, Dourgne : reprise en détail des étapes de l'affaire des étoles, pour que chacun puisse se rendre compte de ce qui s'est passé. Voir détail page suivante.

- Sœur Marie-Paul, Prieure du Carmel de Montmartre : en fait, l'affaire a été encore plus triste que ça, car l'entreprise italienne à laquelle le marché a été confié s'était engagée à produire au prix de revient, escomptant couvrir ses frais par des cartes célébrant l'événement qui auraient été vendues sur le Champ de Mars. Or on lui a demandé au dernier moment de retirer ses cartes ; comme d'autre part les chasubles n'ont pas été prises chez elle, elle a travaillé à perte.

Comptes rendus de groupes

Groupe des ornements

2008 : année qui restera dans les mémoires des monastères confectionnant des vêtements liturgiques. Entendez l'« affaire des étoiles » pour la venue du Pape à Paris.

Un petit résumé des principales étapes :

Début juin, Marie-Claude Fourès, ancienne responsable de l'ATC de Paris, nous contacte : son frère fait partie de l'équipe des organisateurs de la Célébration aux Invalides lors de la venue du pape à Paris. Il faut des étoiles pour les prêtres et les diacres.

Première étape : obtenir le descriptif pour faire le devis : tissu, forme, réversible ou non.. L'interlocuteur change : c'est le P. X puis un autre, puis... Long parcours avec un certain nombre de responsables : celui de la liturgie, celui de l'organisation, celui des finances... Quelques renseignements contradictoires nous parviennent : le tissu est donné et les étoiles découpées, puis le tissu est donné mais les étoiles non découpées. On obtient les adresses mail car joindre ces personnes est une aventure : en effet, elles rentrent chez elles à 11 heures du soir (hors des horaires monastiques) et sont parties à 8 heures quand on sort de Laudes! On finit par avoir le descriptif.

Étape numéro deux, la principale : Sr Myriam contacte les monastères du groupe : « qui peut faire des étoiles et combien ? » En 48 heures, le projet est bouclé. Le nombre des inscrits est supérieur au nombre des étoiles à faire ! On est tranquille. On s'est mis d'accord sur un tarif.

Coup de théâtre : un dimanche après-midi, coup de téléphone : « envoyez demain par chrono-post votre patron d'étoile, le cérémoniaire du Pape sera à Paris mardi ». Là, on y a cru. Après la dite-visite, silence. On apprend que le sponsor se dédit, donc plus de tissu. Il nous est demandé de chercher un fournisseur avec devis et échantillons. Là encore la réponse leur parvient en 48 heures car nous travaillons déjà avec une entreprise. Tout est envoyé dans les temps. À nouveau, le silence. Il semblerait que toutes les exigences possibles aient été formulées. Sr Myriam maintient le moral des troupes, à Dourgne nous continuons téléphones et mail. Je perçois bien que le prix doit avoir un impact dans l'affaire. J'explique à l'un de nos interlocuteurs que nous pourrions travailler avec la valeur d'entretien puisqu'il s'agit d'un diocèse. La valeur d'entretien complètement inconnue de ces personnes habituées à gérer de grandes affaires. Bonne occasion de la leur expliquer.

Le temps passe, nous sommes début juillet il ne reste que deux mois pour confectionner et acheminer, alors je demande qu'une réponse nous soit donnée afin que chaque monastère puisse s'organiser. La réponse, vous la connaissez : « pour faire des économies, l'achat se fait ailleurs, d'ailleurs on vous écrira pour vous expliquer ». Le billet de consolation fut de nous dire que notre dossier avait été vraiment très professionnellement géré. Quant à l'explication nous ne l'aurons jamais. Fr Jean-Claude et moi-même avons écrit à plusieurs évêques. Les plus concernés n'ont pas répondu.

Il reste que certains membres de l'Église ne peuvent plus nous ignorer et que nous savons qu'une collaboration est possible, attendons qu'elle se concrétise !

Sœur Marie-Paul, Prieure du Carmel de Montmartre, donnera la suite du déroulement.

Sœur Marie Christine, Dourgne

Groupe des hosties et DVD sur la fabrication

Le DVD dure 26 minutes, il a pour titre « Les Boulangères du Bon Dieu ».

On a choisi de ne pas se contenter de montrer la fabrication, mais d'élargir le sujet, en parlant de l'histoire et en montrant l'évolution.

En complément, un livret de présentation de 16 pages est en préparation, avec des indications sur la manière d'utiliser le film, des références bibliographiques, autant que possible la liste des monastères concernés ; on prévoit aussi de réaliser un complément sur le site de Monastic, en lien avec le DVD.

Un autre projet ambitieux est de déposer une version en basse définition sur des sites gratuits du genre youtube ou autre. Ça n'est pas tout à fait sans risque, car le meilleur et le pire s'y côtoient. Mais on peut espérer obtenir un effet multiplicateur de la diffusion, avec une « stratégie de présence auprès des chrétiens », et choisir aussi une ouverture vers un public non chrétien – malgré la spécificité du sujet traité.

Le DVD doit être multiplié par le Carmel de Saint-Sever Calvados.

Bertrand Le Goaëc

LE COMMERCE DANS LES MONASTERES

POINT DE VUE PASTORAL

Depuis le 22 août 2007, rien n'est-il plus comme avant au sujet de nos magasins monastiques ? D'une part, on le souhaiterait, s'agissant des dérives à éviter. D'autre part, il est évident que l'article du Canard enchaîné nous a réveillés et nous a obligés à une plus grande attention aux enjeux et aux implications de l'activité commerciale dans nos monastères. Le P. Jean-Claude est venu interpeller les abbés bénédictins et cisterciens lors de leur rencontre de la Conférence Monastique de l'automne 2007, et ceux-ci l'ont invité à donner des points de repère, en vue de mieux gérer nos activités commerciales. Une petite équipe de travail a ainsi élaboré une Lettre Circulaire « La pratique commerciale dans les magasins monastiques ». Elle a été présentée à la CMF qui l'a adoptée en Octobre 2008, comme un texte de référence qui a été largement diffusé ensuite. Ayant été mêlé à ce travail, j'ai été pressenti pour poursuivre la réflexion avec vous aujourd'hui, bien que je ne sois ni responsable de magasin, ni diplômé d'HEC...

Je voudrais partager avec vous des réflexions pastorales, plus encore des questions, qu'un abbé porte quand il considère l'activité commerciale dans la vie monastique. Quels sont les points d'attention à avoir ? Comment exercer une vigilance dans ce domaine du commerce ?

Je vais tout d'abord reprendre brièvement la lettre circulaire qui donne de précieux points de repère. Ensuite, je considérerais l'activité commerciale en partant à chaque fois d'un point de vue différent : l'activité commerciale dans la vie d'une communauté monastique, l'activité commerciale et le moine ou la moniale commerçant, l'activité commerciale et le client et enfin l'activité commerciale, comme trait d'union entre nos monastères.

A - LA LETTRE CIRCULAIRE : LA PRATIQUE COMMERCIALE DANS LES MAGASINS MONASTIQUES

Je voudrais reprendre quelques aspects de cette lettre circulaire.

+ Dans son introduction, la lettre explicite le but qu'elle se propose :

- rappeler quelques principes parfois oubliés,
- indiquer quelques points de repère permettant de garder un esprit monastique dans nos pratiques commerciales,
- stimuler la recherche de solutions pour permettre à nos magasins de rester des lieux conformes à ce que nous voulons vivre

+ Rappel de quelques principes : le premier paragraphe s'y emploie en relevant des illégalités parfois en usage, concernant l'étiquetage, mais aussi mettant en garde contre la confusion qui règne autour de l'image monastique dont on voudrait revêtir certains produits qui n'ont rien de monastique.

+ Le texte poursuit en donnant quelques points de repère :

- concernant l'aménagement du magasin pour qu'il soit lieu d'accueil et de rencontre,
- concernant le choix des produits qui appelle un discernement dans lequel la communauté pourra se sentir partie prenante,
- concernant le respect de la législation, je relève deux points : 1- l'importance de la responsabilité civile du responsable de la société commerciale détenant le magasin, au regard de toute infraction sur l'étiquetage, et 2- au sujet de l'étiquetage, il est toujours bon de s'adresser à la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) de chaque département.

+ Enfin, je dirai, ce texte nous stimule à rechercher des solutions : je retiens deux propositions mentionnées explicitement : la recherche d'une plus grande solidarité entre nos monastères, en favorisant à produit comparable, en priorité les produits monastiques, et autre solution à envisager : la mise en place de sessions de formation pour les responsables de magasin...

+ La lettre circulaire conclut en invitant à l'authenticité et à la cohérence de nos pratiques commerciales avec notre propos monastique. Elle souligne un dernier point important : « les pratiques douteuses d'un monastère nuisent à l'image de tout le monachisme ». C'est au nom de cette conviction que la CMF s'est ressaisie de cette question et qu'il nous faut continuer de chercher ensemble. En effet, nous mesurons que dans notre monde médiatique actuel, personne n'est plus isolé, et nous sommes tous les uns pour les autres responsables de l'image de la vie que nous voulons mener.

+ Comme elle le suggère dans son dernier alinéa, la lettre est bien consciente que « d'autres points, d'ordre pastoral, devront faire l'objet d'une réflexion ultérieure, par exemple la place des laïcs et des bénévoles, l'ouverture des magasins pendant l'office ou le dimanche ».

C'est dans ce souci que je voudrais poursuivre maintenant.

B- L'ACTIVITE COMMERCIALE DANS LA VIE DE LA COMMUNAUTE

De par sa place, à la jonction entre l'intérieur et l'extérieur, et de par sa fonction symbolique d'échange de biens entre la communauté et des personnes de passage, le magasin occupe une place qui n'est pas anodine. Il peut être important de s'arrêter et de réfléchir sur notre manière de considérer cette activité dans nos monastères. Quelle place tient le magasin dans le projet économique du monastère ? Quelle place tient-il dans le projet monastique ? Une question spécifique : les horaires d'ouvertures.

B-1 Le magasin dans le projet économique de la communauté

Comme la Lettre Circulaire le mentionne brièvement, les magasins se sont développés assez naturellement au départ pour écouler des produits fabriqués sur place, ou encore pour offrir quelques objets de piété. Mais en quelques années, une évolution rapide s'est faite jour qui a vu les magasins s'ouvrir à d'autres produits d'origine monastique ou non. L'activité commerciale est devenue de plus en plus importante en termes de revenus, mais aussi de services rendus, ou encore d'échange entre nos monastères¹.

C'est ici qu'il revient à chaque communauté de se situer dans cette évolution. Et pour ne pas la subir, il peut être bon de s'asseoir régulièrement pour mesurer la part prise par l'activité commerciale dans l'ensemble des activités du monastère. Quel pourcentage en termes de revenu ? En termes de plein temps de moines ? Quel pourcentage au regard des autres activités : service domestique, artisanat, accueil ? Sommes-nous inmanquablement contraints par la nécessité économique ou pouvons-nous faire des choix qui permettent de sauvegarder une pluralité d'activité qui fasse droit aussi aux talents des personnes ? Je connais un monastère qui envisage de limiter les heures d'ouverture du magasin pour équilibrer mieux la répartition des tâches en faveur des services domestiques, moins rentables apparemment, mais perçus comme plus importants pour l'équilibre du monastère.

Autrement dit, je crois que nous ne pouvons pas éviter cette évaluation régulière en faisant jouer plusieurs instruments de mesure, celui des personnes, de la variété des activités, et pas uniquement l'instrument de la rentabilité économique qui reste déterminant bien sûr.

B-2 Le magasin dans le projet monastique de la communauté

Nous le savons, le magasin n'est pas qu'une source de rapport pour la communauté. Il est un lieu d'échange et de relation vécue à travers l'échange des biens. Tous, nous souhaiterions que cet échange de biens puisse être le vecteur d'un véritable échange de dons, échange de dons humains et spirituels. Dans sa dernière encyclique, le pape Benoit XVI parle pour *les relations marchandes de principe de gratuité et de logique du don, comme expression de la fraternité, qui peuvent et doivent*

¹ On peut lire ici la rapide analyse faite par le Supplément au numéro 115 Juillet 1998 de la revue « Les amis des monastères » consacré à des « Questions d'éthique à propos du commerce monastique » pp. 1-3.

*trouver leur place à l'intérieur de l'activité économique normale*². A travers le magasin, la communauté offre un des rares points de contact avec les personnes de passage. Avant l'église et l'hôtellerie, il est souvent le premier point de contact, voire le seul. D'où son importance, pour une communauté qui exprime et qui donne à travers ce lieu beaucoup d'elle-même et de ce qu'elle cherche à vivre.

Dire cela, c'est dire que le magasin s'insère dans le projet plus global de chaque communauté. Là encore, il est important de pouvoir s'asseoir ensemble pour évaluer ce qui se passe au magasin, ce qui s'y échange effectivement. Car cet échange de biens et de dons dépasse largement la seule personne des frères ou des sœurs vendeurs et magasiniers. Il engage toute la communauté, son image, le message monastique aussi... Cette réflexion pourra se faire concrètement sur les articles présents ou non, sur leur présentation etc... Si les magasiniers sont responsables de la gestion économique de cet emploi, c'est la responsabilité de la communauté qui est engagée quant à la qualité de l'échange vécu dans le magasin. Que l'abbé doive y veiller, sûrement, de même l'économe, mais pourquoi ne pas organiser de temps en temps une évaluation commune ? Un ex : dans notre magasin, on vendait des anges « made in China » très prisés par un public qui aime de plus en plus les anges (New âge.. ?) donc des produits de bon rapport. Mais à un moment, nous nous sommes demandé « qu'est-ce que cela signifie ? N'est-on pas en train de cautionner une sorte de confusion spiritualo-angélique ambiguë... » Nous avons cessé cette vente. Je pense qu'une des attentions du responsable de magasin est d'être à l'écoute du ressenti de sa communauté.

B-3 Une question spécifique : les horaires d'ouverture

Avec l'horaire d'ouverture, nous touchons un point très sensible, et pas uniquement du fait de la proposition actuelle de loi ouvrant des possibilités de travail le dimanche.. En effet, à travers cette question de l'horaire d'ouverture, on rejoint très concrètement la tension créée par notre préférence pour l'œuvre de Dieu. Il n'est pas rare d'entendre des questions du genre : faut-il fermer le magasin l'été à l'heure des Vêpres alors que l'affluence est encore nombreuse ? Faut-il fermer pendant les jours de fêtes communautaires pour que tous les moines puissent être présents ? Un abbé me disait que dans son monastère, on n'ouvrait pas après la messe le dimanche, pour permettre aux frères d'être à Sexte et au repas, ce qui n'était pas assuré autrement. On le voit, indépendamment du dimanche et du questionnement actuel, les horaires d'ouverture restent une question délicate. Ils sont un lieu concret où se rencontrent, voire s'affrontent deux conceptions du temps : le temps régi par les activités humaines et le temps régi par la sanctification des heures pour la gloire de Dieu. Le frère qui s'arme de patience pour renvoyer la foule hors de son magasin, parce que l'heure des Vêpres approche, pose un beau signe prophétique.

Que dire du dimanche ? Jusqu'alors la question était plus ou moins résolue en associant cette ouverture des magasins monastiques à celle des lieux culturels ou touristiques. Ceci est renforcé par le fait que bien souvent une exposition ouverte aux touristes est liée au magasin. Ainsi raisonnait le document Questions d'éthiques à propos du commerce monastique, publié en Juillet 1998, reconnaissant la légalité de telle pratique³. On m'a parlé d'un magasin de monastère auquel l'évêque avait d'abord demandé de fermer le magasin le dimanche. Mais ce dernier était ensuite revenu sur sa décision, en permettant l'ouverture après la messe et durant l'après-midi, après qu'il en ait reconnu l'impact pastoral. Il me semble que cette question rebondit aujourd'hui dans la mesure où notre situation nous met en porte-à-faux, au moins à nos propres yeux⁴. Nous sommes placés devant ce dilemme : d'une part, avec nos évêques, nous sommes tous d'accord pour limiter au maximum le travail le dimanche afin de préserver ce jour, comme un jour de repos, de gratuité, et d'édification sociale propice à la vie familiale et associative ; et d'autre part, notre situation de lieux assez fréquentés les dimanches, et la part non négligeable de revenus que cela représente nous inclinent à travailler le dimanche en ouvrant nos magasins⁵. Je crois que dans ce domaine, on peut s'aider

² Caritas in veritate 36

³ Cf Supplément au numéro 115 Juillet 1998 de la revue « Les amis des monastères » consacré à des « Questions d'éthique à propos du commerce monastique » n° 3.4.2 p 7

⁴ Il serait bon de savoir ce qu'en pense le peuple chrétien et nos évêques et nos prêtres

⁵ A ce propos, on me parlait d'un monastère qui n'ouvrait que durant les week-ends...

mutuellement. Faut-il un jour poser la question à nos évêques ? Faut-il chercher à donner une réponse cohérente pour le monde monastique ? Nous le savons, la question mérite des nuances, selon que l'on a ou non des employés par ex...Entre réalisme et exigence prophétique, nous mesurons l'écart et le choix difficile. Nous pourrions échanger sur cette question ensuite...

C- L'ACTIVITE COMMERCIALE ET LE MOINE COMMERCANT

Comme l'accueil, l'activité commerciale est une des activités les plus exposées dans nos monastères. Le moine qui a fait profession de chercher Dieu dans la prière et le silence d'une vie retirée, se trouve dans le magasin mis dans une posture qui lui demande une vigilance particulière. Je relève quelques points sans trop insister.

C-1 Equilibre de sa vie personnelle monastique

Les moines qui travaillent au magasin sont les premiers traversés par la tension décrite plus haut, entre les exigences horaires des clients et les exigences de l'horaire monastique. Etre présent à l'ensemble des exercices monastiques lui demande comme à l'hôtelier d'avoir une vraie rigueur personnelle. De même, pour préserver sa vie de prière personnelle et de lectio.

L'abbé que je suis se pose deux questions : comment aider les frères qui ont un travail en horaire continu, même les dimanches et les jours chômés, à prendre en semaine au moins une demi-journée de coupure, de repos ? Ensuite, comment aider les frères à l'instar de tous les autres moines, à vivre ce travail, comme un lieu d'unification du cœur, comme un « exercice spirituel », pour reprendre une expression du P. Abbé Vladimir ⁶?

C- 2 Le rapport à l'argent

Comme l'a très bien montré, une des dernières journées de formation de monastique avec Mr Gomez, comme moine, nous n'avons pas à avoir peur de l'activité commerciale. Elle est un lieu de relation qui peut être très riche. Il reste une vigilance à avoir dans la manière de se situer par rapport à la gestion de l'argent. S'il agit de bien gérer, il n'en faut pas moins savoir garder une bonne liberté par rapport au profit. Jusqu'où un moine peut-il être très entreprenant pour faire acheter ses produits, ou encore être dur en affaire pour maximiser ses profits (marges fortes...) sans perdre son âme et faillir à son propos monastique⁷.

C-3 La qualité d'écoute, d'accueil et de discrétion

Enfin, le moine qui vend doit toujours se souvenir qu'il est considéré à priori, d'abord comme un religieux, comme un homme de Dieu, avant d'être perçu comme un commerçant. On attend davantage de lui que d'un simple commerçant. Quoi ? Certainement tout à la fois, une qualité de présence et une qualité de discrétion. La caisse peut être le lieu de confiance qu'il faut savoir accueillir sans les rechercher. Savoir garder la juste distance loin de la familiarité et du bavardage, n'est pas le moindre des exercices spirituels à vivre dans un magasin.

D- L'ACTIVITE COMMERCIALE ET LE CLIENT

La question est ici davantage une question de fond : quelle relation désirons-nous instaurer dans nos magasins, avec ceux qui passent ? C'est avant tout un désir positif qui nous anime : le désir de servir, le désir d'accueillir en vérité, et le désir de témoigner de l'évangile, le plus simplement

⁶ « Regard d'un abbé sur les réalités économiques et la vie monastique » conférence donnée à Lérins à des cellériers le 20 juin 2008.

⁷ Cf RB 57, 6-7 qui met en garde contre le fléau de l'avarice.

possible. La vigilance de l'abbé est là : de veiller au fonctionnement du magasin pour permettre à ses moines de se situer à ce niveau de présence et d'attention.

D-1 Une qualité de service attendue

Comme les dernières enquêtes sur nos activités commerciales en témoignent, les monastères sont gratifiés par les gens, d'un capital de confiance et d'intérêt qui est réel. De manière habituelle, on espère trouver dans un monastère des produits de qualité. On imagine même assez spontanément que tout sera bio écolo...etc. Dans la tête d'un bon nombre, « monastique » équivaut à naturel, artisanal, bio.... et certainement gage de sérieux et de qualité.

Je relève trois questions. Il y en aurait sûrement d'autres.

- celle des objets de mauvais goûts : par exemple des objets de piété, ou encore des souvenirs. Jusqu'où aller dans l'accueil des gens pour accepter de vendre ces choses de mauvais goût ? On peut poser la question autrement : comment faire de nos magasins des lieux d'éducation au bon goût, notamment dans le domaine des articles de piété, sans devenir non plus élitiste ou méprisant pour les gens simples ? Il y a là, je crois un vrai service à rendre.
- celle du prix juste : le fait de savoir que les gens ont un à priori positif sur nos produits, doit-on pousser un peu plus les prix ? Récemment, notre frère potier a baissé ses prix de poterie sur l'insistance d'un frère vietnamien qui collabore avec lui. Ce dernier trouvait que c'était un peu trop exagéré. Les ventes s'en sont trouvées développées.
- Une attitude commerciale juste. Cela fait partie du service attendu, de pouvoir et de savoir faire la promotion de ce que l'on sait être bon, notamment des livres. A l'inverse, vouloir à tout prix qu'un client reparte avec tel produit peut être déplaisant voire désastreux...Derrière le sourire de façade du client se cache mal son désagrément.

D-2 Une qualité d'accueil espérée

Sans mot, par leur disposition, ce sont nos lieux qui les premiers accueillent le visiteur. Leur aménagement n'est pas anodin. Seront-ils bourrés ou aérés ? Plus que de techniques d'achalandage, il s'agit de témoigner d'une certaine manière de vivre. Par ex, cet espace va-t-il dire quelque chose de notre recherche dans le silence, de notre quête d'intériorité ? Faut-il avoir une musique de fond ?

L'accueil sera vécu, bien sûr, dans la relation qui s'établit entre le moine et le client. Que le client se sente accueilli pour lui-même : l'acheteur de carte postal aussi bien que l'acheteur de gros livres. Cette égale présence aux uns et autres est un vrai défi, car comme St Jacques le dit, le riche suscite d'emblée plus facilement l'intérêt. Cette égale présence se manifestera dans la disponibilité pour le conseil aux uns et aux autres.

E- L'ACTIVITE COMMERCIALE : UN TRAIT D'UNION ENTRE NOS MONASTERES

Depuis des années maintenant, et l'association « Monastic » y est pour beaucoup, tout un réseau de relations s'est créé entre nos monastères. Nous en mesurons tous les avantages et nous aspirons tous plus ou moins à développer ce réseau. Dans l'immédiat, je mettrai en relief deux facettes de ce trait d'union créé par l'activité commerciale en utilisant le terme de solidarité.

E - 1 Une solidarité très concrète par la vente de nos produits respectifs

De plus en plus de magasins présentent un rayon assez étendu de produits faits dans d'autres monastères. Pour les monastères fabricants se met ainsi en place un réseau de revendeurs assez sûrs et fidèles qui est un gage de stabilité non négligeable pour l'activité de production. Produits monastiques vendus dans des lieux monastiques. Ainsi une sorte de chaîne de solidarité, mais aussi de promotion de qualité se développe. Les monastères fabricants trouvent des débouchés à leur produit. Et de l'autre bout de la chaîne, des monastères vendeurs trouvent une source de revenus non négligeable par la marge faite sur ces produits monastiques. Il n'est pas rare même d'entendre dire, que l'activité du magasin dans son ensemble est stimulée par des produits d'appels : sans faire de publicité illicite, je me permets de citer deux noms entendus : l'Alexion et la farine de l'Oelenberg...

Cependant le tableau n'est pas parfait pour autant. Des questions demeurent et des solutions pourraient peut-être trouvées pour favoriser davantage cette solidarité. Pourquoi ne pas privilégier à produit d'égale qualité, des produits monastiques plutôt que d'autres faits par des sociétés « x » ? Surtout si l'on entend dire que ce produit monastique a du mal à être écoulé par ailleurs. Est-ce des questions de marges ? N'y-a-t-il pas des arrangements à trouver ? Serait-il impossible d'inventer un système qui fasse mieux connaître ce que proposent les uns et les autres ⁸?

Concernant les prix des articles, si chacun est libre dans son magasin, ne doit-on pas mieux se concerter pour éviter des différences étonnantes, voire scandaleuses pour le public ⁹?

E - 2 Une solidarité plus large dans la défense de notre image

Comme nous le disions déjà, nos magasins monastiques bénéficient d'une image globalement positive, forte d'un beau capital de confiance. Cette image serait à mieux connaître et à mieux valoriser comme un moteur pour nos activités, nous conseillaient les intervenants de la session de février 2008 en reprenant les résultats de l'enquête. Mais avant, n'y-a-t-il pas une autre étape qui consiste à préserver cette image, afin de ne pas la voir ternir par des pratiques scandaleuses ou sournoises ? Nous retrouvons ici la question soulevée par le Canard. Notre honneur est en jeu, mais plus profondément le respect de la confiance qui nous est faite qui mérite d'être honorée. Cette affaire a montré à travers le concert d'indignations qui s'est élevé, combien nous étions conscients les uns et les autres de la solidarité qui nous lie, et combien nous souhaitons réagir ensemble. Peut-être faut-il maintenant passer aux actes.

Je poserai trois questions :

Nous bénéficions d'un outil : la marque « Monastic ». Ne faut-il pas s'encourager à demander davantage cette marque « Monastic » et à favoriser dans nos magasins ces produits-là ?

Quelle attention avoir entre nous pour que le mot « monastique » ne soit pas attaché à n'importe quel produit sous prétexte qu'il a transité dans un hangar monastique ou qu'un moine y a mis une étiquette ? Quelle rigueur avoir pour bien distinguer ce qui est fabriqué de ce qui est simplement sélectionné ou proposé ? Dans le premier cas, l'apposition du mot « monastique » semble aller de soi, alors que dans le second cas, elle crée une sorte de tromperie...

Enfin, ne devrait-on pas réfléchir à la mise en place d'une instance qui puisse interpeller un monastère quand il abuse d'un tel usage du mot « monastique » dans son activité commerciale, abus qui gêne et finalement discrédite l'ensemble des monastères ? Faut-il ici citer un bref passage du Pape Benoit XVI dans sa dernière encyclique : « *La solidarité universelle qui est un fait, et un bénéfice pour nous, est aussi un devoir. Aujourd'hui, nombreux sont ceux qui sont tentés de prétendre ne rien devoir à personne, si ce n'est à eux-mêmes. Ils estiment n'être détenteurs que de droits et ils éprouvent souvent de grandes difficultés à grandir dans la responsabilité à l'égard de leur développement personnel intégral et de celui des autres...*¹⁰

CONCLUSION

En préparant cette conférence, je me suis dit que le chapitre 57 de la RB, sur les artisans du monastère, chapitre qui se rapproche le plus de notre propos, garde une réelle actualité quand il met en garde contre les fraudes. Mais surtout, je crois, il nous redit le but que nous recherchons dans ce domaine de notre activité commerciale : « qu'en tout Dieu soit glorifié ».

⁸ Cf « Questions d'éthique à propos du commerce monastique » qui pose déjà cette question de concertation 4.3.1,3

⁹ Ibid à propos des problèmes de concertation sur les prix et de concurrence : 2.3 p 4 ; 4,3 p 10

¹⁰ Caritas in veritate 43

Questions proposées pour les petits groupes d'échange :

- 1 A quelle tentation se sent-on affronté quand on tient un magasin ?
- 2 Y a-t-il eu à faire des choix au nom de la cohérence ? Ces choix ont-ils été déterminants ?
- 3 Comment vit-on le dilemme de la question du dimanche ?

Réponses des rapporteurs :

❖ Philippe Mignotte :

Les choix.

Quels produits ?

Quels fournisseurs ?

Quels horaires ?

Quelle présence de moines/moniales ?

❖ F. Pierre-André, Cistercien, Le Désert :

Le travail du dimanche.

Tous les monastères ouvrent, sinon, ça n'est pas la peine d'avoir un magasin.

C'est un jour important du point de vue pastoral.

Certains visiteurs font un achat au magasin en le comprenant comme une offrande (et à l'occasion donnent aussi des intentions de messe).

L'après-midi, c'est davantage un lieu d'écoute.

Question des laïcs/salariés, c'est autre chose. En tout cas, fermé pour tout le monde pendant vêpres.

❖ S. Michelle Kateri, Bénédictine, Prieure de Bayeux :

Les choix.

Meubles beaux plutôt que fonctionnels.

Salle d'exposition, qui laisse de l'espace.

Hiatus liturgie/supermarché...

❖ Père Jean-François, Bénédictin, Belloc, et Président de LMC :

Le travail du dimanche.

A Belloc, les lieux d'accueil et le magasin sont proches. C'est la même personne qui tient le magasin et l'accueil.

Problème de l'horaire, qui est pourtant affiché, mais les affiches ne sont pas lues ou pas prises en compte.

❖ S. Eliane-Philippe, Bénédictine, Pradines :

Le travail du dimanche.

La question importante est celle du temps ; savoir arrêter à temps pour pouvoir aller aux offices.

❖ F. Nathanaël, Cistercien, Tamié :

Les choix.

Dans notre groupe, on se trouvait devant deux types de magasins. L'un a fait des choix radicaux : ne mettre que des produits monastiques (ou carmélitains, en l'occurrence), pour éviter des doublons avec d'autres magasins proches.

Pour Tamié, le seul choix communautaire qui a été fait, c'est de ne jamais ouvrir entre la messe et le repas le dimanche matin.

❖ F. Cyprien, Bénédictin, La Pierre qui Vire :

Le travail du dimanche.

Cite le cas d'un frère qui ne venait jamais le dimanche et les jours de fête.

Compassion pour les Abbés.

Le magasin est un vrai lieu d'accueil, la question n'est pas simple.

❖ F. Jean-Marc, Cistercien, Abbé de Bellefontaine :

Le travail du dimanche.

Liberté par rapport aux horaires, mais jamais pendant les offices, et pas d'employés le samedi et le dimanche.

❖ P. David, Bénédictin, Abbé d'En Calcat :

Le travail du dimanche.

Compatibilité avec l'horaire de la messe, qui varie selon les cas.

Il y a une demi-heure de tension très forte.

Présence des frères aux offices qui suivent.

❖ S. Pascale, Bénédictine, Chantelle :

Le travail du dimanche.

Importance pastorale, du fait de la rencontre des gens au magasin.

Difficulté pour ceux qui ont tenu le magasin ces jours-là : trouver un moment pour souffler, car il y a aussi du travail tout le reste de la semaine.

❖ S. Soazig, Cistercienne, Campénéac :

Essayer de constituer un roulement plus important le dimanche ?

❖ F. Marc-Henri, Bénédictin, Aiguebelle :

Le travail du dimanche.

Importance de cette question qui nous titille. Comment la gérer ? Elle reste pour l'instant comme un aiguillon.

Faut-il en reparler avec nos évêques ? C'est par ailleurs une question de société, d'Eglise, aujourd'hui l'enjeu change de dimension.

Réaction de S. Pascale, Bénédictine, Vanves : S'agissant des évêques, il faudrait mettre en route une réflexion plus large, pas seulement chacun de son côté, mais plus dans un dialogue entre la conférence épiscopale et des représentants du monde monastique.

Complément de Sœur Michelle Kateri, Bayeux : Nous considérons l'ouverture du dimanche davantage comme un accueil que comme une source de profit. « Je n'ouvre pas vraiment le dimanche ».

Frère Nathanaël Lajeunesse, Président,
Et les membres du Conseil d'Administration

Ont le plaisir de vous inviter à la prochaine

**Assemblée Générale
De l'Association « Monastic »**

Qui se tiendra le mercredi 3 FÉVRIER 2010

Nous vous prions de bien vouloir prendre bonne note de la date.
Le lieu devrait être la grande salle chez les Lazaristes, rue de Sèvres.

Nous espérons vous y accueillir très nombreux.

Toutes informations et documents utiles
vous parviendront en temps opportun.