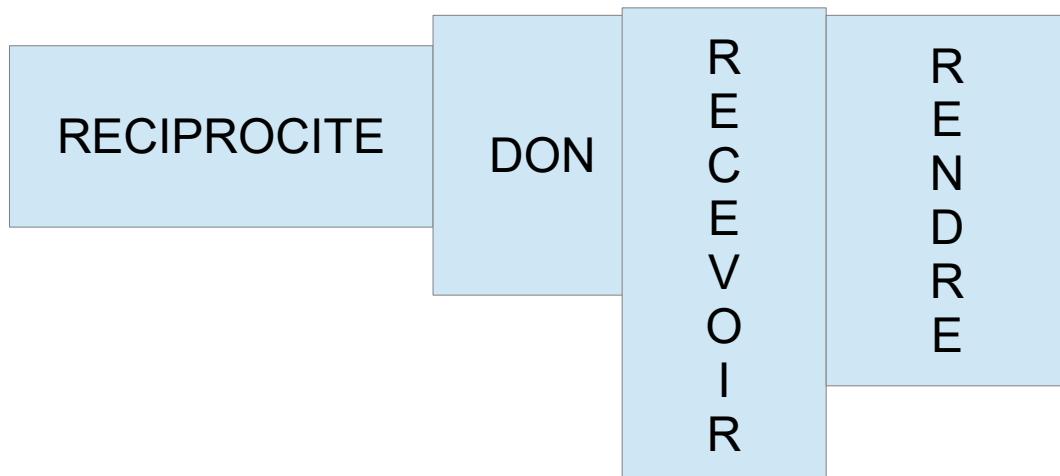


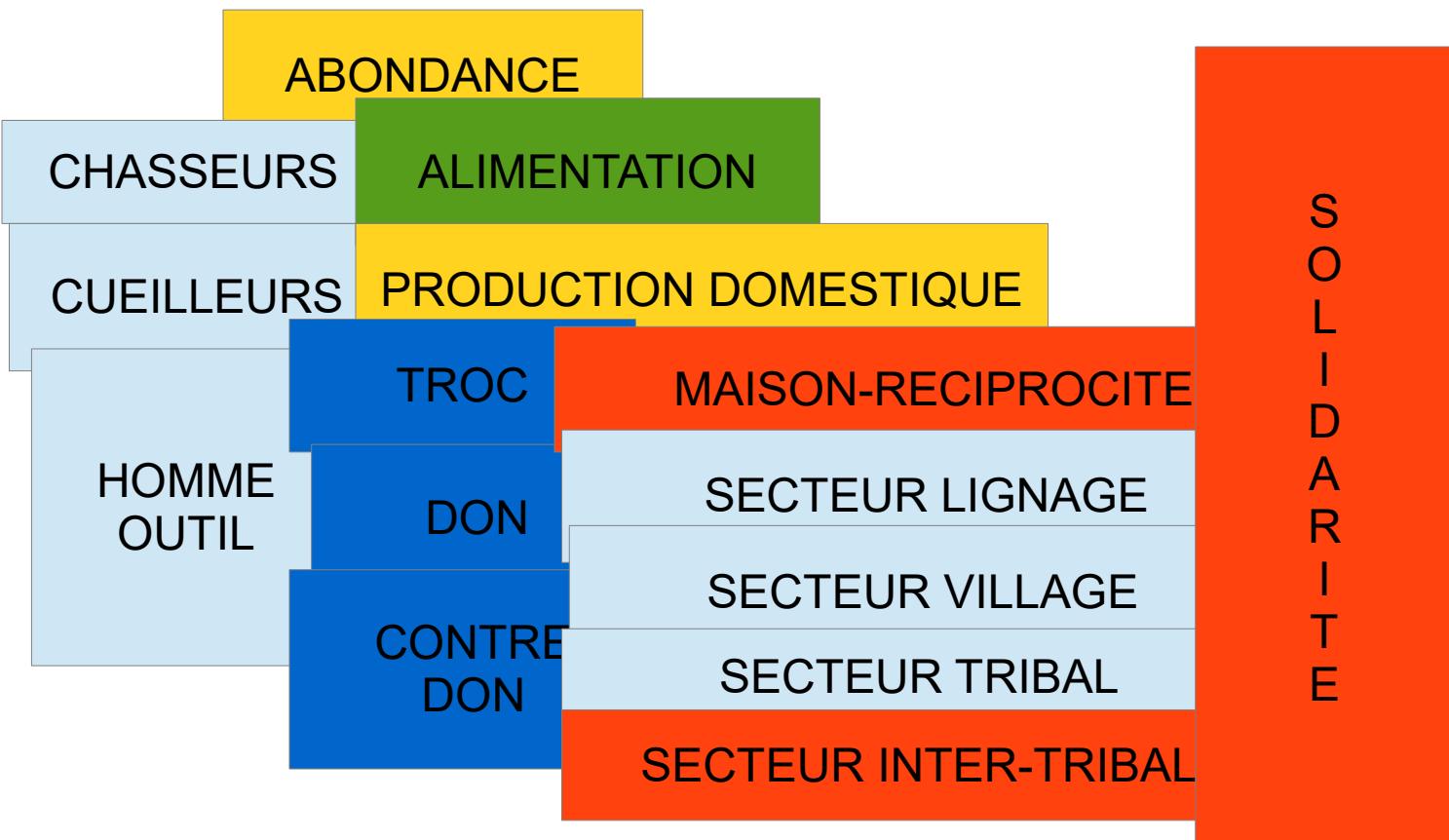
## ECO PRIMITIVE

### A- MARCEL MAUSS- »ESSAI SUR LE DON »



DROIT COUTUMIER- chez les premiers civilisations  
( EXEMPLE = MAOI en polynésie )

### B-AGE de PIERRE -AGE ABONDANCE-SAHLINS-M



# **ECONOMIE ANTIQUE**

## **1-ARISTOTE.400AVJC**

VALEUR-VERTU-ECO MATERIELLE-ECO -DOMESTIQUE  
DOMAINE-PROPRIETAIRE-TERRE

### **OIKOS**

a-maison b-famille c-cité ( politique )

### **PRIX**

le prix est la conséquence d'une discussion -d'un échange basé sur le code du commerce  
L éthique est intégré dans le commerce.  
On recherche le juste prix entre les parties.

### **MAISON= AUTORITE**

1- MARI> FEMME 2- MAITRE > ESCLAVE 3-PARENT > ENFANT

BONNE ECONOMIE dans le but de bien vivre . »usage «

mauvaise economie= l'argent est le but et non la richesse.

## **2-PLATON.**

ARGENT-COMMERCE-AGRICULTURE

SPHERE = ECONOMIQUE-MORAL -POLITIQUE

Le lien social est le lien économique basé sur l'échange.

### **BESOINS INDIVIDUELS =**

a-nourriture	MANGER
b-habitation	LOYER
c-bien quotidien	VETIR

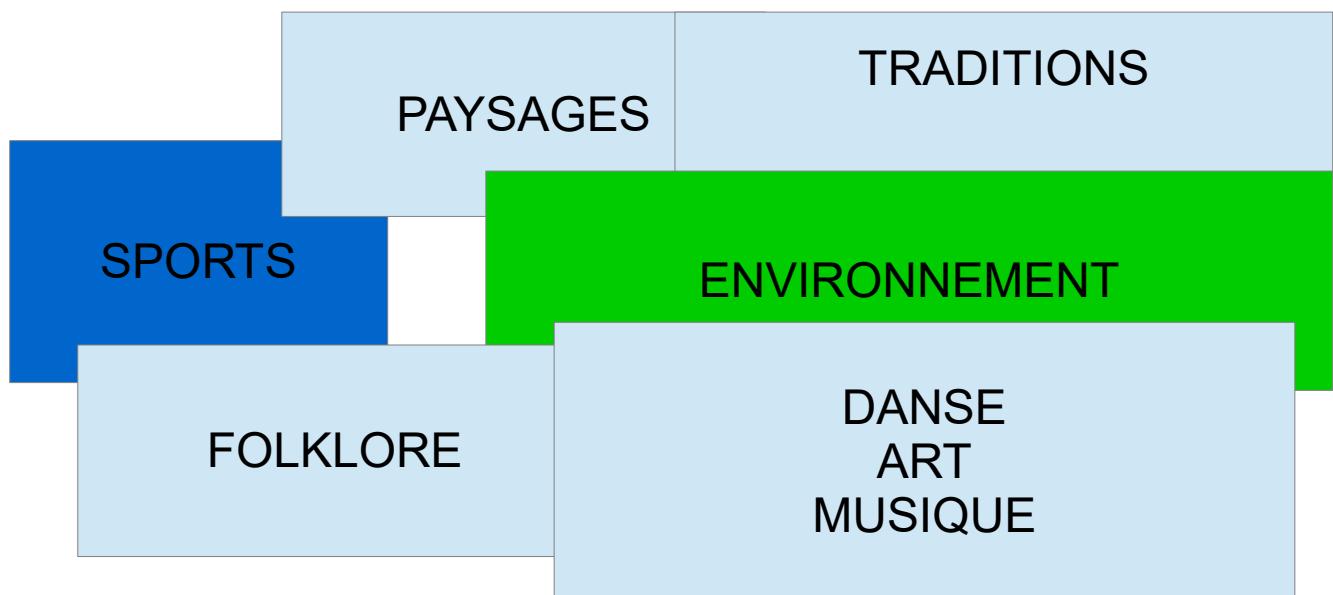
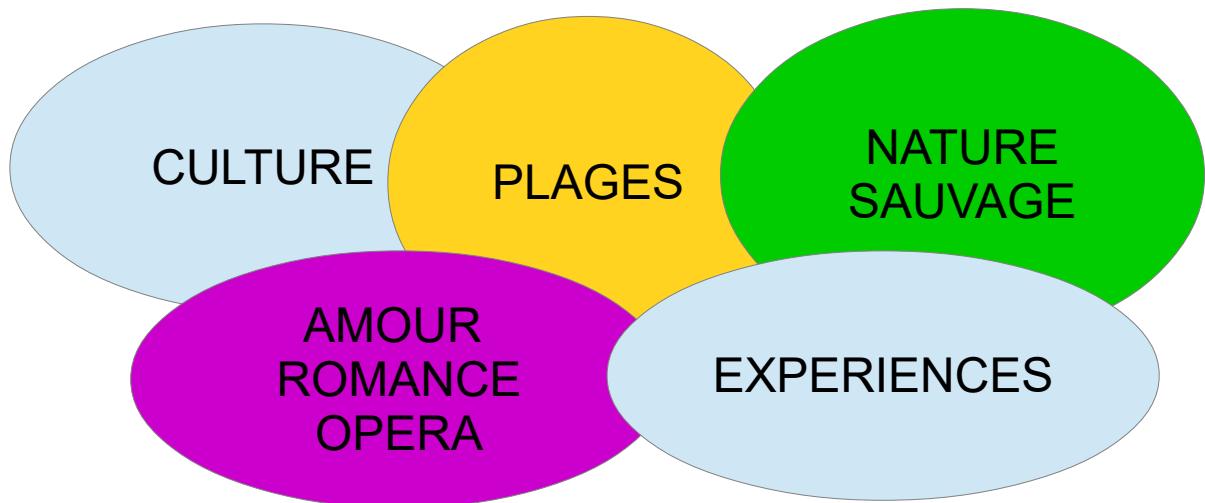
AUTARCIE = L HOMME DOIT SATISFAIRE SES BESOINS DANS LA CITE,  
L HOMME EST UN ANIMAL SOCIAL  
« HOMME EST UN ANIMAL POLITIQUE « ARISTOTE

**REFERENCE = ETIENNE HELMER**

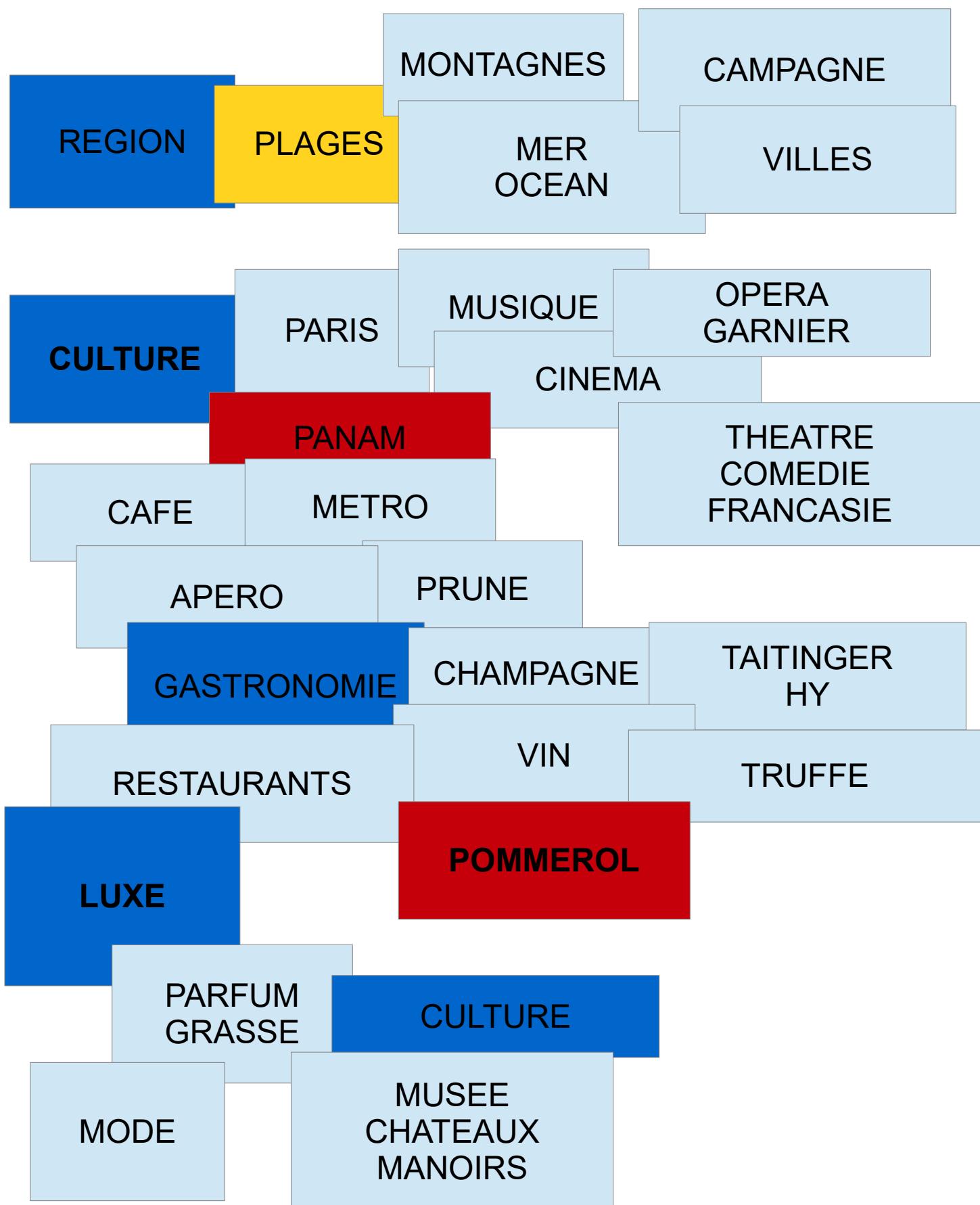
# LA POLYNESIE

=

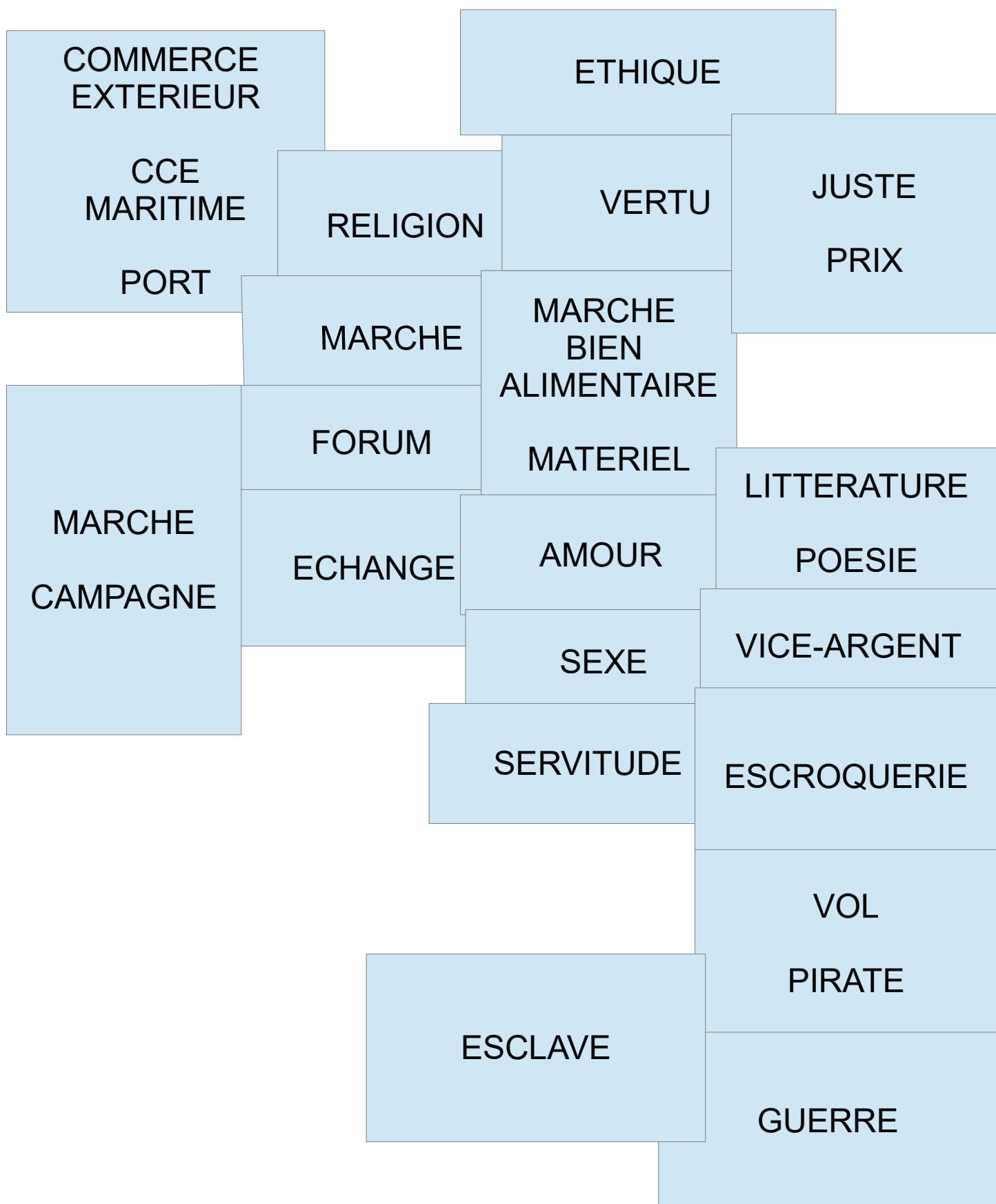
## « L 'île MAGIQUE »



# ART DE VIVRE= « plaisir de vivre- savoir être »



# MERCATO -GRECO ROMAIN



## PHILO-ECO

ANTIQUITE = PENSEURS ARISTOTE-XENOPHON

LUMIERES = ROUSSEAU-KANT-

ECO POLITIQUE= SMITH -RICARDO-MARX

1- THEORIE de l ECONOMIE-CONCEPT-PHILOSOPHIE

2- HISTOIRE-FAITS ECONOMIQUES-HISTOIRE PENSEE

3- APPLICATION-INFRASTURE-ECONOMIE

GILLES CAMPAGNOLO – « L'économie c'est concevoir la vie «

ATTALI- « l'économie de la VIE «



**SUJETS PHILO-ECO** = BIEN ETRE -  
DEVELOPPEMENT DURABLE  
ETHIQUE-VALEUR

## ECONOMIE

ANTIQUITE=  
MAISON  
DOMAINE

MOYEN  
AGE  
MARCHE

18 EME SIECLE -ECONOMIE POLITIQUE  
ETAT

19eme-  
INDUSTRIE

20e-ENTREPRISES  
CONSOMMATEUR  
MAX -BIEN ETRE

21e- EARTH ECONOMICS  
Consommation immatérielle  
EFFETS EXTERNES ENTRE PAYS  
USUFRUIT DE LA PLANETE

## **«FOOTBALL -ECHOS.»**

1.1 BALLON =1 BALLON (2)C'e n 'est pas le ballon qui de la valeur, c'est le footballeur «  
**VALEUR FINANCIERE** = **PRIX VENTE**

**VALEUR IMMATERIELLE** =

**FORMATION JEUNE  
CAPITAL HUMAIN  
SAVOIR FAIRE ARTISTIQUE  
« SOULIERS D 'OR «**

**VALEUR HISTOIRE «ANCIEN** «=

**LE LEGS AUX GENERATIONS  
« ZIDANE -DESCHAMPS »  
HERITAGE 1998**

**VALEUR ETHIQUE** =

**RESEAUX SOCIAUX  
SPONSORING ETHIQUE  
FONDATION AIDE L AUTRE**

**VALEUR ART** =  
**« ENCHERES** «

**COTATION AU PUBLIC  
AUDIENCE TV  
SPECTACLE STADE (TiCKETS )**

**VALEUR MARX** =

**LE FECHISTIMSE DE LA  
MARCHANDISE -PRODUIT  
« MERCHANDISING »**

**VALEUR SMITH** =

**VALEUR USAGE=HEURE TRAVAIL  
+QUANTITE TRAVAIL+ENTRAINEMENT  
+MATCH+BANC DE TOUCHE**

**VALEUR ECHANGE=+(A) contre (B )    troc  
+(A ) contre (A)    equitable  
+(A ) contre (B+C ) CONTRATS**

**VALEUR PHYSIOCRATE** =

**VALEUR DE LA TERRE  
TEMPS DE JEU TERRAIN  
JEU GAZON -PELOUSE**

**AVANTAGE RICARDO** =

**AVANTAGE CONCURRENTIEL  
VALEUR TECHNIQUE et CULTURELLE  
du JOUEUR-EX=BRAZIL-1ERE LIGUE**

**VALEUR OPTION FUTURE** =

**UN CLUB MET UNE **OPTION ACHAT**  
TRANSFERT SUR LE MERCATO**

## **ESS + CIRCULAIRE = «IMPACT VIE REELE»**

**GODIN**

**MUTUALISER, COOPERER, S'ASSOCIER.**  
**Economie sociale-moralité-KANT**

### **1-ESS.**

**DEFINITION** =

Ensemble entreprises organisées sous forme **a-coopératives b-mutuelles c-associations d-fondations**, fondées sur le principe de **solidarité et utilité sociale**.

### **2-ECONOMIE CIRCULAIRE.**

**DEFINITION** =

Economie circulaire produit des biens et services de manière durable en limitant la consommation et le gaspillage des ressources et de la production des déchets.

A-approvisionnement

b- ecoconception

c-écologie industrie territoriale

d-economie de la fonctionnalité

e-consommation responsable

f-allongement de la durée d'usage

g-amélioration du recyclage des déchets.

### **3-ENTREPRISES A IMPACT.**

**ENTREPRENDRE** = « DE L ECONOMIE A LA VIE REELE. »

**DEFINITION** =ENTREPRISES a statut commercial qui ont un modèle économique à un impact 1-social 2-environnement positif sur la société

**ENTREPRENDRE**

**1-FOURGON** = consigne de bouteille en verre avec une livraison de voiture électrique.

**2-LIBRAIRIE DU SART** = vente de livres d'occasions pour l'emploi

**3- »MEET MY NANA «** = ACADEMY DE CUISINE -TRAITEUR

**EMPOWERMENT**=

femmes entreprendre- indépendantes cheffe cuisine

**VALORISER LES CULTURES DU MONDE**

**CHANGEMENT ECONOMIQUE DANS LA VIE .**

## **MUSIQUE- EC0**

### **ETUDE OXFORD ECONOMICS**

800 maisons de disques  
80 MILLIARDS EUROS CHIFFRES AFFAIRES SU 27 PAYS EUROPE  
2 MILLIONS EMPLOIS  
20% MARCHE GB

### **LES CHANSONS ECONOMIE XX eme siècle= ARGENT LE THEME**

MONEY FOR NOTHING- DIRE STRAITS

ANTI-SOCIAL - TRUST

EAT THE RICH - AEROSMITH

MONEY- ABBA

MONEY - PINK FLOYD

AGENT TROP CHER- TELEPHONE

THE MAN WHO THE WORLD - NIRVANA

GET THE MONEY- IGGY POP

MONEY TALKS- AC-DC

### **21 eme**

HYDROGENE  
ENERGIE

## DANSE ECONOMIQUE

### HIP HOP - JEUX OLYMPIQUES 24

FOLKLORE

ART

ECONOMIE

SPORT

**LE MODELE DE LA DANSE >ENTREPRENEUR  
>INDUSTRIE MUSICALE > JO 24**

ENTRAINEUR -FORMATEUR-INFUENCEUR-

FONDATION  
USA  
DANSE STREET  
BRONX  
1970

« MESSAGE  
CITOYEN »

BATTLE DANSE  
SPECTACLE  
ART  
MESSAGE

ART  
DANSE

CORPS

- 1-HUMAN BEATBOX
- 2-RAP
- 3-BREAK DANCING
- 4-BEAT BOXING
- 5-GRAFFITI

SUCCES= JAZ-Z >> SPOTIFY -MODE

# **=HUMOUR EN ECONOMIE=**

## **«la communication par le RIRE «**

### **RIRE =**

Le comique provoque le rire émotionnel, il déstress puis devient communicatif.  
La socialisation se fait par le comique, il connecte à l'autre.

<b><u>1-INTERNET=</u></b>	+ SKETCH PALMASHOW- « les vedettes »
<b><u>2- TV =</u></b>	+ PUBLICITE-CAMERA CACHEE
<b><u>3-RADIO</u></b>	+ CALUNAR

Les COMIQUES critiquent l'ARGENT, le MANAGEMENT ou les ARNAQUES.  
Dans l'HUMOUR , le FRANCAIS « HOMECONOMICUS « veut GAGNER.  
GAGNER ARGENT pour devenir RICHE .  
« ARGENT-THUNE-FRIC POGNON-FAFFE » = 1 MILLION.  
Cette logique économique du GAIN , ne doit pas se retrouver dans une logique personnelle.

### **LES INCONNUS =**

QUESTION POUR LE POGNON

LE MILLIONNAIRE

DES SOUS DANS LA POPOCHE

### **PALMASHOW=**

LE TELETRAVAIL

### **TSAMERE=**

LE COURS ECONOMIE

### **LES VINCENT-SUISSE =**

LA PEDAGOGIE ECONOMIQUE

### **NOTE =**

A-LE BACHELOR ou L' EMISSION GREG est envie et critiqué dans le même temps.  
L'idéal de la **matérialité** dans l'imaginaire des français « MAISON-VOITURE-TV »

B-Le FRIC des années 1980 est devenu le BITCOIN des années 2020.

### **QUI VEUT GAGNER DES BITCOIN ?**

Le Jeu -La TV nous vend une norme du 1 million = bonheur.

La réussite est passée dans le **virtual** = monnaie-communication-identité-temps libre

C-ON devrait mettre plus d' **IMMATERIEL** dans l'économie et la société ( education-sport-culture )

**BLAGUE = Vous connaissez le secret immobilier SUISSE ?**

**Reponse = Ils ne sont pas propriétaires de leur MAISON . ( 30% ménages )**

**( Je pense donc , je SUISSE )**

# FRANCE TOURISME MEDICAL

USA / AN / 8000 euros

FRANCE/ 4000 EUROS

ALLEMAGNE /5000 EUROS

**MEDECINE = 12% PIB FRANCE**

**200.000 medecins en 2023**

**>>> 2030 = 3 MILLIONS EN FRANCE**

## CLIENTS

CHINOIS

INDIENS

USA

EUROPE

MOYEN ORIENT

## PACKAGE SANTE

1 SEMAINE

2000 EUROS

DIAGNOSTIC

MEDICAL

**CLINIQUE AU VERT** = AUVERGNE +  
VERT FORET -SOURCE THERMALE

## =IMAGINE ECONOMIC=

### 1-IMAGINATION ECONOMIQUE -INNOVATION.

CARL POLANYI = l'imaginaire

on a inventé le marché-le prix-dans l'échange-la monnaie/

AVANT = la NATURE

ALBERT EINSTEIN=

« l'imagination est plus importante que la connaissance car la connaissance est limitée tandis que l'imaginaire, englobe le monde entier, stimule le progrès, suscite l'évolution ». .

CONNAISANCE > technique > technologique

Il faut entreprendre avec l'innovation.

### 2-HISTOIRE de la communication economique.

Peinture 16eme-theatre comedie française 17e-18e économie politique

19e-roman français-20e cinéma tv -21e-internet -metavers

### 3-NARRATIVE ECONOMICS -

#### NOBEL -SCHILLER-YALE .

ECONOMIE au quotidien devient un RECIT

On crée une histoire narrative avec des faits

Cela crée une bulle spéculative de l'information puis une maladie de la communication, une contagion comme un virus que l'on guérit.

- BOURSE-IMMOBILIER-CROISSANCE-
- SALAIRE-UNIVERSITE ELITE-TULIPES HOLLANDES

### 4-CULTURE DU CAPITALISME à travers le cinéma hollywoodien =DIEU ECONOMIQUE USA.

A-FILM =USA 20e.

BOURSE- WALL STREET -NEW YORK

REAL ESTATE SUBPRIME -MIAMI

GAFAM -SILICON VALLEY

VOITURE-24H LEMANS -DETROIT

CINEMA -HOLLYWOOD

B-TV -MYTHE DE LA « MAISON MATERIALISTE TV « BEVERLY HILLS.

vie hedoniste californienne-star de la personne- elitisme étude université

culture esthétique du BEAU- « MAISON-VOITURE-TV »

ECONOMIE MAISON

C-21eme = STARISATION HEDONISTE VIRTUELLE DE LA PERSONNE sur les réseaux sociaux. (Instagram corps et îles exotiques )

# LES CAPITALISMES.

## L'ETHIQUE PROTESTANTE ET L' ESPRIT DU CAPITALISME WEBER

explique que la production est tournée vers la richesse et la création de CAPITAL.

L'économie politique fondée par **SMITH-BASTIAT -SAY -RICARDO** au 18eme siècle met en avant le système d'échange et de valeur.

Au 15eme siècle existait déjà le **CAPITALISME MERCANTILE** avec le commerce d'objets précieux.

Le **CAPITALISME** a évolué avec l'histoire =**INDUSTRIEL-FINANCIER-CONSOMMATION DE MASSE-IMMATERIEL -JURIDIQUE-NUMERIQUE** .

Le **CAPITALISME HOLLYWOODIEN** est système économique exporté par l'ART (WAHROL ) et le CINEMA ( Wall street ).

La télévision au 21 ème siècle , vend un « **CAPITALISM CHOCOLATE** « et internet un « **CAPITALISME EROS MARCHE** «.

En 2023, face à la crise de l'inflation, de l'immobilier et des prix du pétrole , nous devrions écrire une nouvelle narration économique = **LE CAPITALISME ENVIRONNEMENTAL.**

«we divorce with carbone «

## **CAPITALISME , ESCLAVE DE L'ARGENT.**

### **DEFINITION =**

Personne de condition non libre , considéré comme un investissement économique pouvant être vendu ou acheté et qui était sans la dépendance d'un maître.

HISTOIRE ESCALVES	ANTIQUITE ROMAIN	GALERES BATEAUX TRAVAUX AGRICULTURES
	COLONIES	AGRICULTURE
	USINE MINE	OUVRIERS
	ENTREPRISES TERTAIRES	ORDINATEUR
1-NOTION ECONOMIQUE	LIBERTE	
2-NOTION PSYCHOLOGIQUE	SEDUCTION	INTERNET AMOUR
3-PHYSIOLOGIQUE	ADDICTION	ALOCOOL SPORT
4-PSYCHIQUE	INTELECTUELLE	IDEOLOGIE TRAVAIL
5-CAPITALISME	ARGENT	TEMPS SANTE

>> IL FAUT ETRE MAITRE DE SON TRAVAIL-SON CORPS-ESPRIT

## LE CAPITALISME URBAIN.

**MARX** = BOURGEOIS ACCUMULE LE CAPITAL  
19eme -LES VILLES RASSEMBLENT LES RICHESSES  
**WEBER-SIMMEL**

19 EME - EXODE RURALE- 21EME=MIGRATION RURALE

### **VILLE MARCHANDE -CENTRE ATTRACTIF**

TRAVAIL	MEDECINE
BANQUE	CENTRES COMMERCIAUX
TRANSPORTS = AVION -TRAIN	TOURISME SPORTIF
MARCHES =50% PIB MONDIAL	CONCERTS MONDIAUX
CULTURE = MUSEES	VILLES MARQUES MONDIALES PARIS-LONDON-BARCELONA

### **GENTRIFICATION**

LES NOUVEAUX HABITANTS RICHES CHANGENT LES QUARTIERS HISTORIQUES.  
(NY) MANQUE DE LIEN SOCIAL.

<b>VILLE MARKETING IMMOBILIER</b>	-MARQUES MONDIALES DE LA VILLE -COMPETITION POUR ATTIRER LE TOURISTE -PANIER MOYEN TOURISTE
	FINANCIARISATION VILLE  VILLE = ENTREPRISE ?  INVESTISSEMENT = RENTABILITE
	LOCATION PLATEFORME
	CENTRE VILLE sans HABITANTS

<b>CREER DU LIEN NON MARCHAND EN CENTRE -EXTERIEUR « villes gratuites «</b>	
	SPORT
	NATURE
	ART -RUE



## **LE CAPITALISME SPATIAL = 1 MARCHE DE MOINS 100 ANS .**

DE LA DEFENSE MILITAIRE aux vols commerciaux

1957- SPUTNIK

12 AVRIL 1961-GAGARINE

16 JUIN 1963-1ere FEMME ESPACE

21 JUIN 1969-1ER PAS SUR LA LUNE

### **28 AVRIL 2001-1ER TOURISTE ESPACE**

2 DECEMBRE 1990-1ER VOL COMMERCIAL

<b>1-ETAT-PUBLIC</b>	MARCHE PUBLIC FERME  <b><u>SCIENTIFIQUE</u></b>	<b>1-DEFENSE-MILITAIRE</b> COLONISATION  1-1-RECHERCHE
<b>2-PRIVE</b>	MARCHE PRIVE OUVERT AUX ENTREPRISES  <b><u>COMMERCIAL</u></b>	<b>2-INDUSTRIE =</b> -ENERGIE (hydrogène-eau ) -MINERAI -RECYCLAGE de la pollution des satellites
		<b>3-TOURISME</b> VOYAGE SPATIAL
		<b>4-IMMOBILIER</b> HOTELERIE « VUE PLANETE BLEUE «
		<b>5-COMMUNICATION IT</b> -intranet -television -telecom

**MARCHE SPATIAL** 2020= 350-400 MILLIARDS \$  
2040= 1000 MILLIARDS \$

2 MILLIONS EMPLOIS-3% PIB

**ESPACE** = 1-SCIENTIFIQUE 2- DEFENSE 3-GEOPOLITIQUE STRATEGIQUE  
4-ECONOMIE-5-INDUSTRIE -6-COMMERCIAL-7-DROIT ESPACE

**PAYS**=USA-CHINE-JAPON-RUSSIE-EUROPE

**ENTREPRISES**=

AIRBUS-BOEING-SAFRAN-EUROPSACE-ARIANE-SPACE X-PLANET-CNES

# Le CAPITALISME CHINOIS

## - OU -LE SOCIALISME DE MARCHE

### 4200 milliards PIB- relations USA -CHINE-2eme ECO

- 1-developpement économique
- 2- bien être de la société
- 3-intérêt de la nation
- 4- image du PAYS

#### ECONOMIE PUBLIQUE -NATIONALISEE

AEROSPATIAL  
AGRICOLE  
ENERGIE  
TELECOM  
CHIMIE  
AVIATION

#### EVOLUTION STRUCTURE EFFETS +

DROIT SOCIAL-SMIC  
MIGRATION RURAL  
URBANISATION  
SURPRODUCTION IMMOBILIÈRE  
EXPORTATION  
BALANCE COMMERCIALE +

**CAPITALISME CHINOIS**  
**HISTOIRE**  
1300-1600-MING  
Mercantilisme -marchand  
17e-ASIE-EUROPE-VOC  
19e-CAPITALISME  
BUREAUCRATIQUE  
20e-AGE OR

#### CAPITALISME MARCHE PRIVE

1-CONCURRENCE  
2-ENTREPRENEUR  
CONSOMMATEUR  
AMELIORE  
NIVEAU VIE  
3-ENTREPRISES  
ENTRANGERES

EFFETS NEGATIFS =  
INEGALITES SALARIALES -MARCHE TRAVAIL  
POLLUTION AIR-EAU-TERRE  
SPECULATION IMMOBILIÈRE

## **CAPITALISME INTERNET.**

« DE L INVENTION HUMAINE , A L 'IA SANS HOMME. »

NATURE = réseaux sociaux-internet-commerce electronique-plateformes

INVESTISSEMENT>> ECONUMERIQUE >> PRODUCTIVITE + NOUVEAUX MARCHES

MONDIALISATION-2000=BULLE INTERNET-FINANCIARISATION-SI

### **LE TERTIAIRE A CAPTURE LA VALEUR EN DEHORS DE L ECONOMIE REELLE**

RETOUR A LA VALEUR VERTE

NET >> COMMUNICATION NUMERIQUE >>> COMMERCE NUMERIQUE  
>> SOCIETE CONNECTEE>> IA NET SANS HUMAIN.

<b><u>INTERNET SANS HUMAIN</u></b>	METAVERS NOUVEAU MARCHE VIRTUEL
	INFLUENCEURS HOLOGRAMMES
	ALGORITHME COMMERCIAL
	RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES

<b><u>KRACH INTERNET</u></b>	1- INFORMATIQUE -RESEAUX -PHYSIQUE
	2-HUMAIN VIRUEL CEREBRAL
	3-SOCIETE MANQUE LIEN SOCIAL NET ASOCIAL
	4-URBAIN SENS COMMERCES

**CAPITALISME COREEN**  
**CAPITALISME ETAT puis DIRIGE.**

**(1) SOCIOLOGIE=**

**\*gros effort de travail**

**\*soft power = musique -BD-online-PSY-jeux video**

**\*éducation élevée**

**\*citoyen net**

**(2) ECONOMIE =**

**\*INDUSTRIE=**

**ACIER-PETROCHIMIE-  
CONSTRUCTION NAVALE-MECANIQUE**

**\*LEADERSHIP TECHNOLOGIQUE =**

- NTIC -TELECOM**

**\*EXPORTATION**

**\*ALIMENTATION RESPECTUEUSE=**

**\*CROISSANCE VERTE =**

- Indépendance énergétique**
- dépendance au pétrole**
- panneau solaire**
- précarité énergétique**
- recyclage**
- reboisement**
- infrastructure verte**

**\*ALIMENTATION RESPECTUEUSE**

**+CITE INTELLIGENTE**

**\*QUALITE DE VIE-BIEN ETRE**

**\*OUVERTURE INTERNATIONALE**

## **CAPITALISME ALLEMAND**

1-SOCIOLOGIE	ETHIQUE-ARGENT-CONSCIENCE COLLECTIVE
	CULTURE ALLEMANDE
	NATURE ENVIRONNEMENT
	QUALITE
	RSE-EMPLOI
2- ECONOMIE	ENTREPRISES FAMILIALES
	COMMERCIAL >> EXPORTATIONS CONSUMMATION-PRODUCTION
	CROISSANCE INTERNE RICHESSE SOCIETE
	INGENIEUR
NEGATIF	BAISSE CONSOMMATION BAISSE EXPORTATION TRAVAILLEURS PAUVRES DEPENDANCE ENERGETIQUE au GAZ-PETROLE VIELLISSEMENT POPULATION

# **CAPITALISME EROTIQUE.**

## **INTRO**

19eme siècle	ORDRE BOURGEOIS RELIGIEUX	EUROPE	SEXE DOMESTIQUE
1960	SOCIETE CONSOMMATION *TV -PUBLICITE DESIR OBJET		DESIR OBJET
1967	HIPPIE PILULE-MEDECINE PEACE and LOVE	CALIFORNIE	LIBERTE SEXUELLE
1968	WEIL FEMME TRAVAIL ARGENT 1960-ouverture BOURSE	FRANCE	FEMINISME

## **1-MARKETING EROS.**

Le capitalisme évoque l'excitation sexuelle dans l'abstraction psychique à travers les publicités, la télévision, le cinéma, l'art.

La société de consommation se base sur une structure érotique pour créer le désir du client.

Le consommateur doit toujours avoir besoin de nouveaux produits.

La culture capitaliste vendent un imaginaire d'objets et construit une identité sociale.

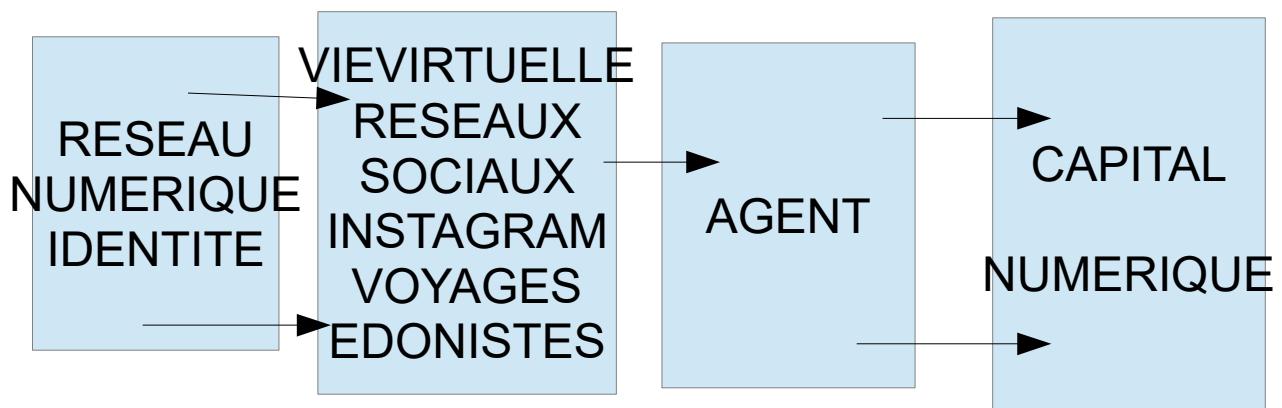
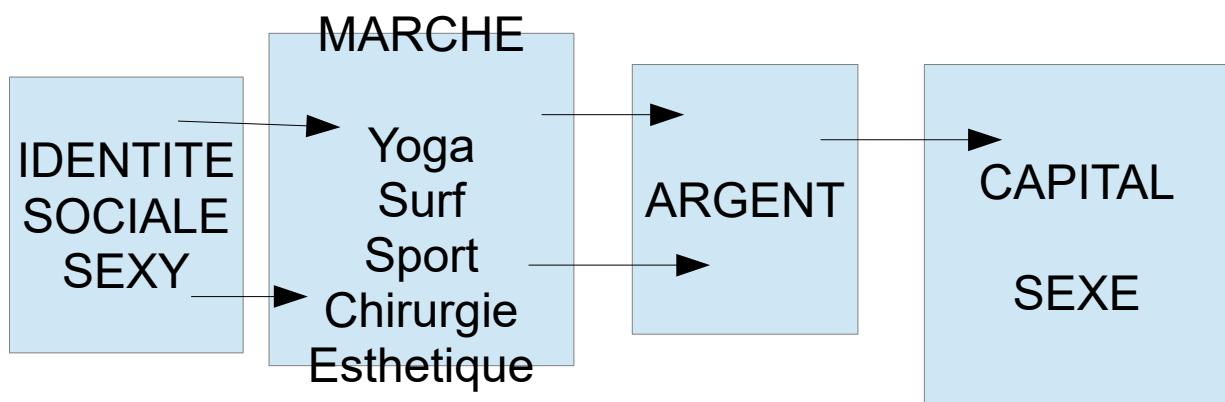
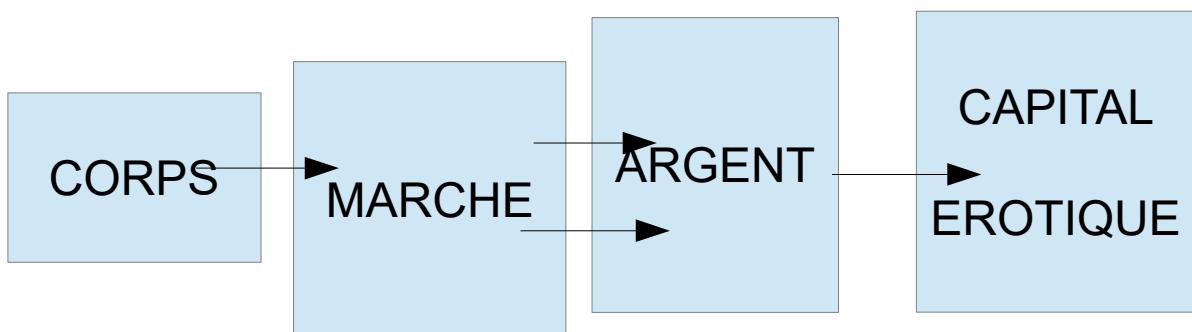
## **2-MARKETING SEXUEE.**

Le bleu pour les garçons et le rose pour les filles.

Le marketing offre un prix pour des objets genre-s.

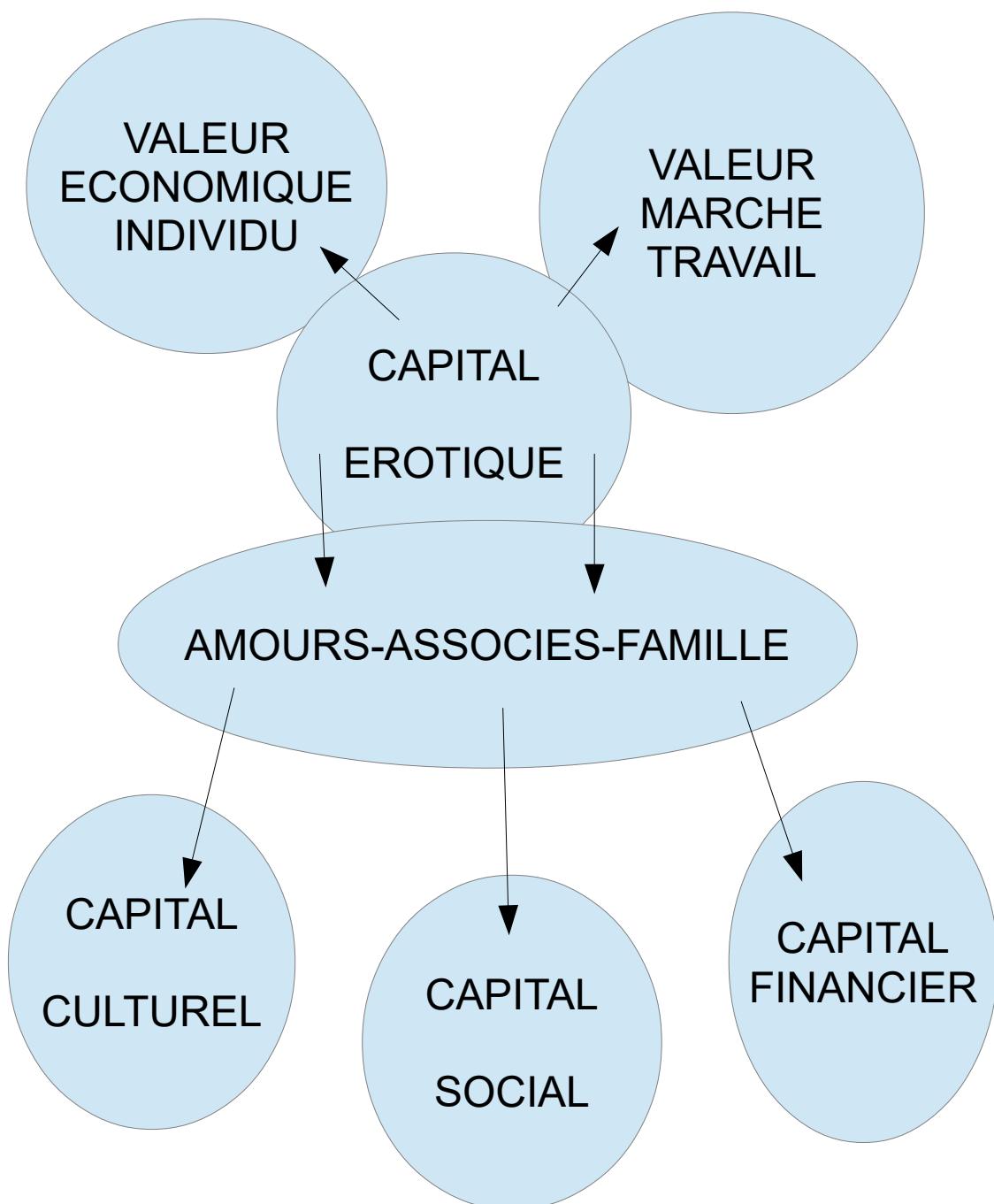
La question de la mixité ?

## CAPITAL EROTIQUE-SEXE-NUMERIQUE



## B-CAPITAL EROTIQUE

A- BOURDIEU- les diffrents capitaux  
B-BERCKER- le capital humain  
C-GREEN le portefeuille



## **«CAPITALISME CHOCOLATE «**

LE CAPITALISME EST VENDU COMME DU CHOCOLAT,

LE CACAO EST DEVENU CAPITALISTE !!

### **1-PRODUCTION**

=AFRIQUE OUEST = COTE IVOIRE-GHANA-EQUATEUR-CAMEROUN-NIGERIA-BRESIL-INDONESIE-NOUVELLE GUINEE

### **2-CONSOMMATION.**

CONSOMMATION	300 000 tonnes
CONSO par PAYS EN KG/ AN=FRANCE	7KG
SUISSE	10 KG
ALLEMAGNE	11 KG
ASIE =CHINE -JAPON	1KG

### **3-MARCHE MONDE**

2026=7 MILLIARDS DOLLARS//CROISSANCE 4%-(2020-2026)

MARCHE FRANCE = 30 000 EMPLOIS-3MILLIARDS

LA DEMANDE EUROPEENNE FAIT MONTER LES PRIX.

### **4-FINANCE**

= BOURSE NEW YORK -BOUSRE FEVES CACAO-1960-500 US -TONNES- 2020-5000 US-T

### **5-MARKETING =**

A-MEDECINE = LE CHOCOLAT EST BON POUR LE CERVEAU-HUMEUR-

B- AMOUR =LE CHOCOLAT est APHRODISIAQUE

C-ART = CINEMA -ART CULINAIRE -CHOCOLATIER CREATEUR

D-FETES COMMERCIALES = NOEL « PERE NOEL « -PAQUES « LAPIN «

### **5- COMMERCE MONDIALISE EQUITABLE -LABEL**

-AFRIQUE PRODUIT>>> 1-EUROPE >>> 2-USA >> 3-ASIE

-RSE =LE SALARIE DANS LA PRODUCTION EST IL BIEN PAYE

-PRIX VENTE = PRODUCTEUR + TRANSFORMATEUR + DISTRIBUTEUR

-LE PRODUCTEUR A DROIT A UNE PART DE GATEAU !!!

### **6- CAPITALISME ETHIQUE .**

-LE COMMERCE EXPORTATION CACAO ENRICHIT LE CONTINENT AFRICAIN

-FAUT -IL PRODUIRE LE CACAO EN EUROPE ?

-AFRIQUE DOIT -ELLE CREER LE CHOCOLAT POUR AVOIR LA VALEUR.

-LES LIMITES DE LA PRODUCTION = + DEMANDE MONDIALE = HAUSSE PRIX

### **7-ENVIRONNEMENT.**

-LE RISQUE CLIMATIQUE SUR LA COTE OUEST AFRICAINE A LIMITE OFFRE

-EXPLOITATION DES RESSOURCES EN EAU EN AFRIQUE

# CAPITALISME SAVOIR Ou de la CREATIVITE

1

REFLEXION

INTELLIGENCE

MATIERE  
GRISE

2

EDUCATION

NTIC

INGENIEUR

3

AGRICULTURE

ENERGIE

DATA-IMMATERIEL

## NOUVEAU MODELE ECONOMIQUE NEUTRE EN CARBONE

2

CREATIVITE ECONOMIQUE

CAPITAL NATUREL

SAVOIR-EDUCATION

VALORISATION  
VALEUR  
VERTE

MODELE 0 CARBONE  
SHADOW  
MARKET

# =CAPITALISME = ESCLAVAGISME ou PARTAGE DE LA VALEUR

## PENSEURS

EPICTETE = le maître enseigne la philosophie à son escalavage il tire profit de son travail + sa richesse

COLONIASLISME = 1848- FIN DE L ESCLAVAGE EN FRANCE  
HEGEL = le maître et l'esclave  
MARX = ALIENATION de la force de TRAVAIL

« <b>ESCLAVAGE</b> »	1-TRAVAIL	2-SYSTEME ECONOMIQUE	3-TRANSPORTS et SYSTEMES PETROLIERS	4- HABITAT SYSTEMES IMMOBILIERS SPECULATIFS
<u><b>1-DROIT TRAVAIL SALARIAL</b></u>	CHINE = USINES	EUROPE LIVRAISONS A DOMICILE ex= UBER DELIVEROO		<b>RSE</b>
<u><b>2-POLITIQUE INTERNATIONALE</b></u>	USA HEGEMONIE COMMERCE MONDIAL	1ère puissance mondiale  TRAITE ECONOMIQUES		<b>ETHIQUE</b>
<u><b>3-TRANSPORTS</b></u>	HEGEMONIE du système pétrolier <b>ESCLAVE DU PETROLE</b> = <b>% BUDGET PETROLE</b> <b>a-MENAGE</b> <b>b-ENTREPRISE</b>	URBANISATION ON travaille pour payer le pétrole Pétrol is MASTER DEPENDANCE PSYCHOLOGIQUE	<u><b>AUTREMENT</b></u> =  a-marche b- électrique c- hydrogène	EPARGNE COVID FRANCAIS pour financer <b>GREEN BOND</b> <b>SNCF TRAIN</b>
<u><b>4-HABITAT</b></u>	SYSTEME IMMOBILIER SPECULATIF	Le logement pour le résidant  <u><b>% CONSO MENAGES</b></u>	<u><b>CRISES</b></u> = PARIS PAYS BASQUE RIVIERA GOLF MORBIHAN	<u><b>IMMOBILIER PUBLIC</b></u> a-social b-collectif partagé c-luxe

PARTAGE VALEUR =

2/3 SALAIRE+ 1/3 PROFIT

# CAPITALISME DES EMOTIONS

Le capitalisme structure la psychologie de l'individu par sa forme économique et son organisation sociale

Le système rationalise l'esprit et marchandise les émotions.

## 1-ECONOMIE

## 2- VIE SOCIALE

- A-CONSOMMATION
- B-TRAVAIL
- C-LOISIRS
- D-COMMUNAUTE

## 3-EXEMPLES VENTES EMOTIONS =

- A-FILM HORREUR vend la PEUR-MARKETING GOTHIQUE
- B-SEXE= MARCHANDISE-CONSOMMATION
- C-SANTE MENTALE COACHING = STANDARDISATION
- D-VACANCES et TOURISME -Industrie- vie imaginaire

## A+

- 1-CAPITALISME  
VIE SOCIALE

## 2-MEDIAS VIRTUELS

- A-internet
- B-télévision
- C-ART-CINEMA

## 3- IMAGINAIRE

- CARTE MENTALE

## B+

- A-LIVRES
- B -INFORMATION  
ÉCRITE

PROPRE  
REFLEXIVITE

ESPRIT HUMAIN  
A+ NORME SOCIALE  
EMOTION ou  
« BONHEUR HOLLYWOOD »

B+ESPRIT CRITIQUE  
LUMIERES

# **CAPITALISME MENTAL**

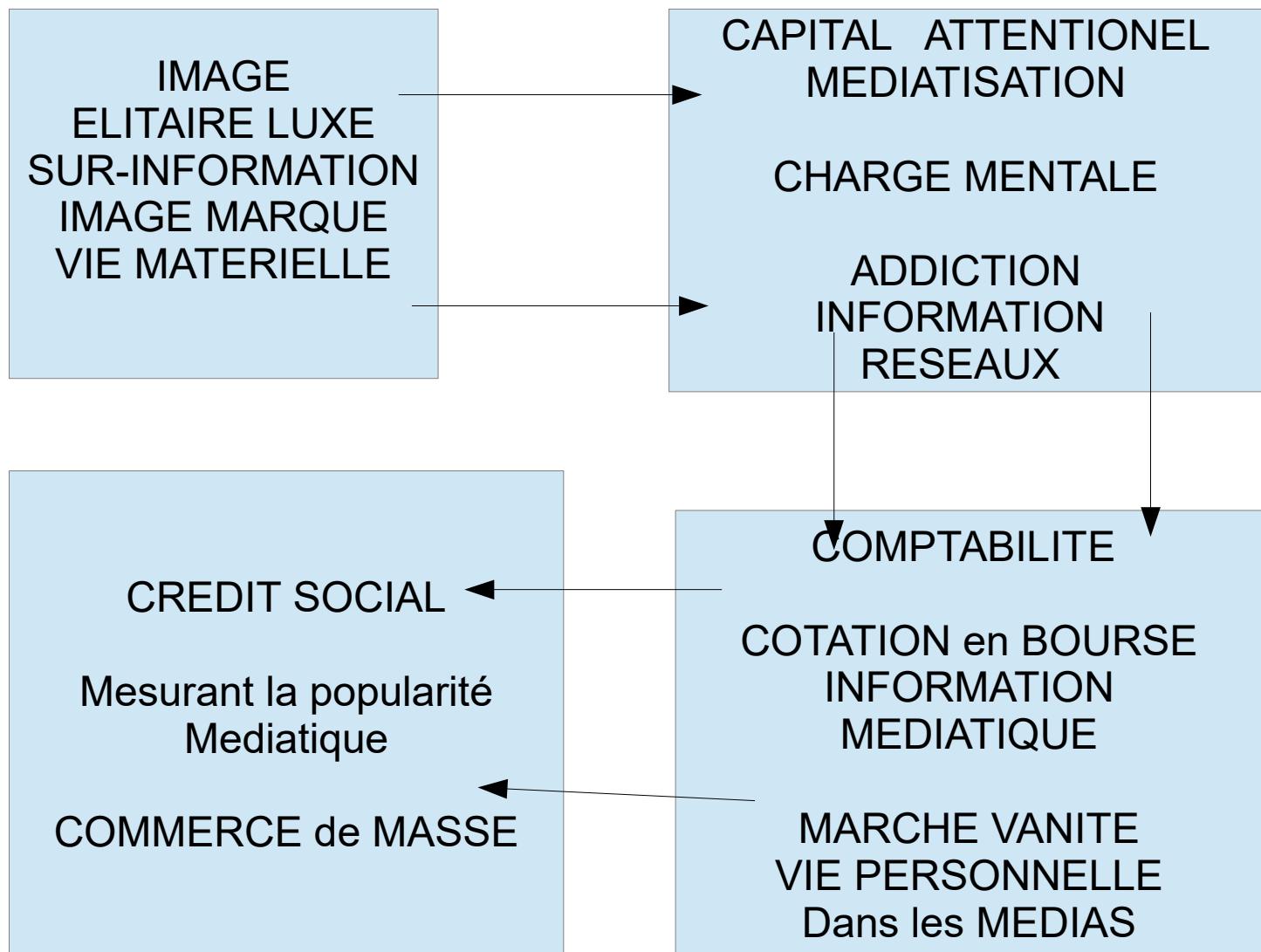
Ou

## **CAPITALISME DE L'ESPRIT**

**UN RESEAU SOCIAL peut GAGNER  
de l'ARGENT avec Votre attention**

**1-USA -60EUROS 2- 40 EUROS**

**ADDICTION AU MONDE VIRTUEL -INTERNET-IMAGE**



# CAPITALISME ARTISTIQUE

ESTHETISATION de L ATTENTION

DESIGN-MODE-SPECTACLE-STAR SYSTEM-  
SHOW BUSINESS-PUBLICITAIRE  
MARKETING

PROCESSUS DE COMMERCIALISATION

**TRANSFORMATION DU NON-ART en ART**

OBJET ACTIVITE de L ART

**ARTISTE ENTREPRENEUR** =

*Du CAPITAL ESTHETIQUE au CAPITAL ATTENTIONNEL*

>>> MONETISATION CAPITAL FINNACIER

**1- VISIBILITE** = ZOO HUMAIN-FERME CELIBRITÉ  
Accumulation du CAPITAL ATTENTIONNEL

**2-VISUALITE** = reflexivité

**3- VISUALISATION** =  
A-médias -compulsion -achat marchandises  
B-sublimation de la logique mercantile  
C-captivation MERCANTILE

**VALEUR INDIVIDU-L'ABEILLE.**  
**«LA SOCIETE POLLENISE »**

**1- VALEUR FORMATION.**

A-UNIVERSITE = THESE DOCTORAT

B-METIERS MEDECINE = METORAT MEDECINE  
QUEBEC

C-ENTREPRISES = COACHING-PRO  
MENTORAT

**A-LES ENTREPRISES DU CAC 40 POLLÉNISENT**  
**avec LES CAMPS ETE- MENTORAT- NBA**  
**les quartiers oubliés de l'URBANSIME.**  
( EXEMPLE-TOTAL)

**1- FAIRE DU MECENAT CULTUREL**  
=MUSIQUE-ART.

**2- DU SPONSORING SPORTIF=**  
BASKET-ATHLETISME-CYCLISME

**3- DU MENTORAT PROFESSIONNEL**

**B-CUISINE** = <https://www.cuisinemodemplois.com/>

CHEF ENTREPRISE MONSIEUR THIERRY MARX

1- FORMATION EDUCATION PROFESSIONNELLE-3 mois.

2- RESEAU -CONTACTS

3- CUISINE-BOULANGERIE-SOMMELIER

## VALEUR NATION -MERCANTILISME.

<u>ETAT</u>	SEPARATION EGLISE -ETAT ( INTERVENTIONISME ECONOMIQUE et PROTECTIONISME ) ETAT = « la richesse n'est plus condamnable » <u>ADAM SMITH</u> -LA RICHESSE DES NATIONS-Xvi-XVii AMERIQUE = NOUVEAU SROCK OR MONDIAL.	
<u>ECONOMIE</u> <u>NOUVEL</u> <u>ORDRE</u> <u>SOCIAL</u>	MARCHANDS- BANQUES-	<u>COMMERCE</u> = TAXE ETAT BALANCE COMMERCIALE
<u>NOUVEAU</u> <u>COMMERCE</u>	1- <u>BULLIONNISME</u> =	OR ESPAGNE-PORTUGAM
	-2- <u>COMMERCIALISME</u> =	ANGLETERRE-HOLLANDAIS  <u>COMMERCE MARITIME</u>
	-3- <u>CAMERALISME</u> =	PROTECTIONNISME ADMINISTRATIF ALLEMAND
	-4- <u>COLBERTISME</u> =	<u>MAISONS ROYALES</u> ARTISANS LUXE

## NEO -MERCANTILISME- 2024 JEUX OLYMPIQUES=

« ART DE VIVRE A LA FRANCAISE »

*STADIUM ET ORBI*

*SOUVENIRS ... LA NOUVELLE FRANCE...*

<u>1-ARTISANS LUXE-HERITAGE</u> =	OBJETS CARTIER-DIOR -LOUIS VUITON- HERMES-YSL	
<u>2-PARFUMS</u> =	CHANEL- LANCOME-GIVENCHY- GUERLAIN	
<u>3-ALCOOL LUXE</u> =	<u>BORDEAUX</u> = <u>CHAMPAGNE</u> = <u>COGNAC</u>	POMMEROL- TAITINGER-PIPER-HEIDSICK

## Le prix du temps- bohm-bawerk LA VALEUR FUTURE.

**Le coût d'opportunité est la valeur de l'option que vous n'avez pas choisie<sup>1</sup>.**

Il peut être personnel, financier ou environnemental<sup>1</sup>.

En gestion, le coût d'opportunité d'un investissement est le coût de la non-réalisation d'un investissement. Il est mesuré par la rentabilité attendue des fonds investis<sup>2</sup>.

Le coût d'opportunité permet à un investisseur de mesurer les avantages à renoncer à un investissement au profit d'un autre<sup>3</sup>

. Il est souvent négligé mais doit faire partie intégrante de la décision d'investissement<sup>3</sup>.

Le coût d'opportunité est le coût de renonciation à un panier de biens lorsqu'un autre a été jugé meilleur en terme de maximisation de l'utilité

### 2. Le coût d'opportunité

**Vous achetez un billet pour la finale de la Coupe du Monde de football 1998 et vous le payez 300 F. Le jour du match on vous en propose 10 000 F.**



D'après H. BOUQUIN, Comptabilité de gestion, Economica

14

COUT OPPORTUNITE =

A-on n' investit plus dans le PETROLE à COURT TERME.

**COURT TERME = PETROLE PAS CHER.**

**LONG TERME = EXTERNALITES NEGATIVES  
ECONOMIQUES -ENVIRONNEMENT**

**B-A MOYEN TERME.**

**on investit dans la nouvelle ARCHITECTURE ECONOMIQUE -  
NEUTRE CARBONE -HYDROGENE et ELECTRIQUE.**

**C-A LONG TERME VALEUR FUTURE**

**PETROLE coute trop cher**

**HYDROGENE GRAND PUBLIC**

**EXTERNALITES POSITIVES ECONOMIQUES -ENVIRONNEMENT.**

**PRIX + EXTERNALITES**

**PRIX ABORDABLE**

## TRAVAIL -VALEUR.

<b><u>TRAVAIL MARCHAND</u></b>			
(1) ENTREPRISE	SALAIRE DIVIDENDES PRIMES BOURSE		VA-ECO
<b><u>TRAVAIL NON-MARCHAND</u></b>			
(2) <u>FAMILLE</u>	SOLIDARITE AIDE  TRAVAIL DOMESTIQUE  EDUCATION		VA-SOCIALE
(3) <u>SOCIETE</u>	CITOYEN  VOISIN  ASSOCIATION PHILANTROPIE		VA-SOCIETALE
(4) <u>SANTE</u>	SPORT NUTRITION  CARE autrui RESPONSABILITE SANTE		VA-SANTE
(5) <u>NATURE</u>	BIODIVERSITE  ZERO CARBONE		VA -NATURE

## LA VALEUR POUR LE CLIENT.

**Intro –** La valeur client pour l'entreprise a =

- un cout d 'acquisition- une rentabilite
- un cycle de vie
- segmentation des clients

### A-LA RELATION COMMERCIALE BASEE SUR L'ETHIQUE.

#### A-1-LA RELATION HUMAINE DE LA VENTE FONDEE SUR L'AUTORITE.

Dans la relation sociale , l'AUTORITE rentre comme paramètre.

Le vendeur dirige la vente.Selon **MILGRAM**, le **psychologue** social américain, 62 % des personnes vont suivre l'AUTORITE et l'ORDRE.

#### A-2-LA VENTE intègre l'ETHIQUE.

La valeur est tournée vers le client , c'est un **ECHANGE RECIPROQUE**.

#### LA VENTE ETHIQUE EST BASEE SUR LA CONFIANCE.

Les caractéristiques de la VENTE sont =

- 1- PRODUIT ( qualité-quantité-prix )
- 2--SAVOIR FAIRE
- 3-ORGANISATION
- 4-SECURITE

### B-ECHANGE des VALEURS de l'ENTREPRISE SOCIETALE .

L'ENTREPRISE PRESENTE DES VALEURS , avec l'ACTE D'ACHAT , le client adhère aux valeurs sociétales.

#### EXEMPLE =

RSE-SPORT-ETHIQUE-NATURE-DEVELOPPEMENT DURABLE

### C-SATISFACTION BESOIN =BIENS ET SERVICES.

- a- matériels
- b-immatériels
- c-temps

### D-LE CLENT GAGNE les 4C dans l'ACTE ACHAT.

- a-CAPITAL ECONOMIQUE
- b-CAPITAL HUMAIN
- c-CAPITAL NATURE
- d-CAPITAL SANTE

## **POMEROL -2024 -VALEUR .**

**CAPITAL ECONOMIQUE**  
**CHIFFRE AFFAIRE VIN DE BORDEAUX=**  
**2-5 MILLIARDS**

**EXPORATIONS =** USA+ASIE-HONG KONG-GB  
**EMPLOI =** 300 professionnels BORDELAIS

### **PRIX JUSTE =**

A-1er PRIX SUPERMARCHE -BON =	35	EU
B-HAUT DE GAMME =	300-500	££
C-TOP -PETRUS-	3000	\$\$\$

Cette appellation est réputée notamment pour ses crus les plus fameux,

Pétrus, Le Pin, Lafleur, La Conseillante, Gazin, Maillet, Rouget.

### **GASTRONOMIE )**

1 VERRE DEGUSTATION BAR  
1 BOUTEILLE AU RESATAURANT AVEC 1 VIANDE

### **CAPITAL NATUREL =**

PRODUITS TERRIENS DE LA FRANCE = UN ART.  
C'est la NATURE qui commande . ( soleil- pluie- sécheresse )  
La terre est argileuse .Le MERLOT est ROI.

### **BLAGUES=**

POMEROL est une commune de la DROME en FRANCE.

POMEROL est une société immobilière à ANNECY.

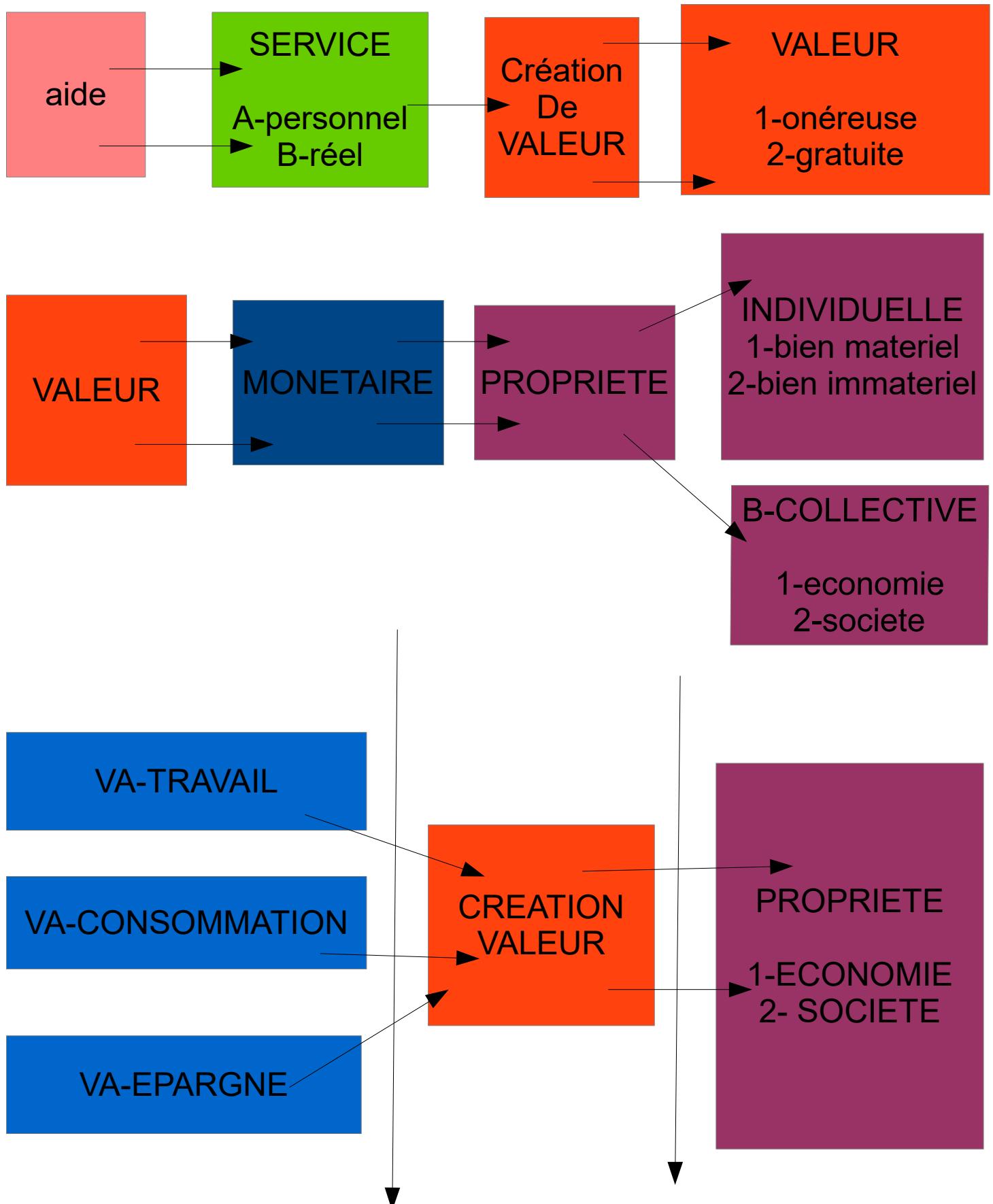
POMEROL est le VOISIN de ST EMILION !!

PAS DE RAISONS , PAS DE POMEROL !!

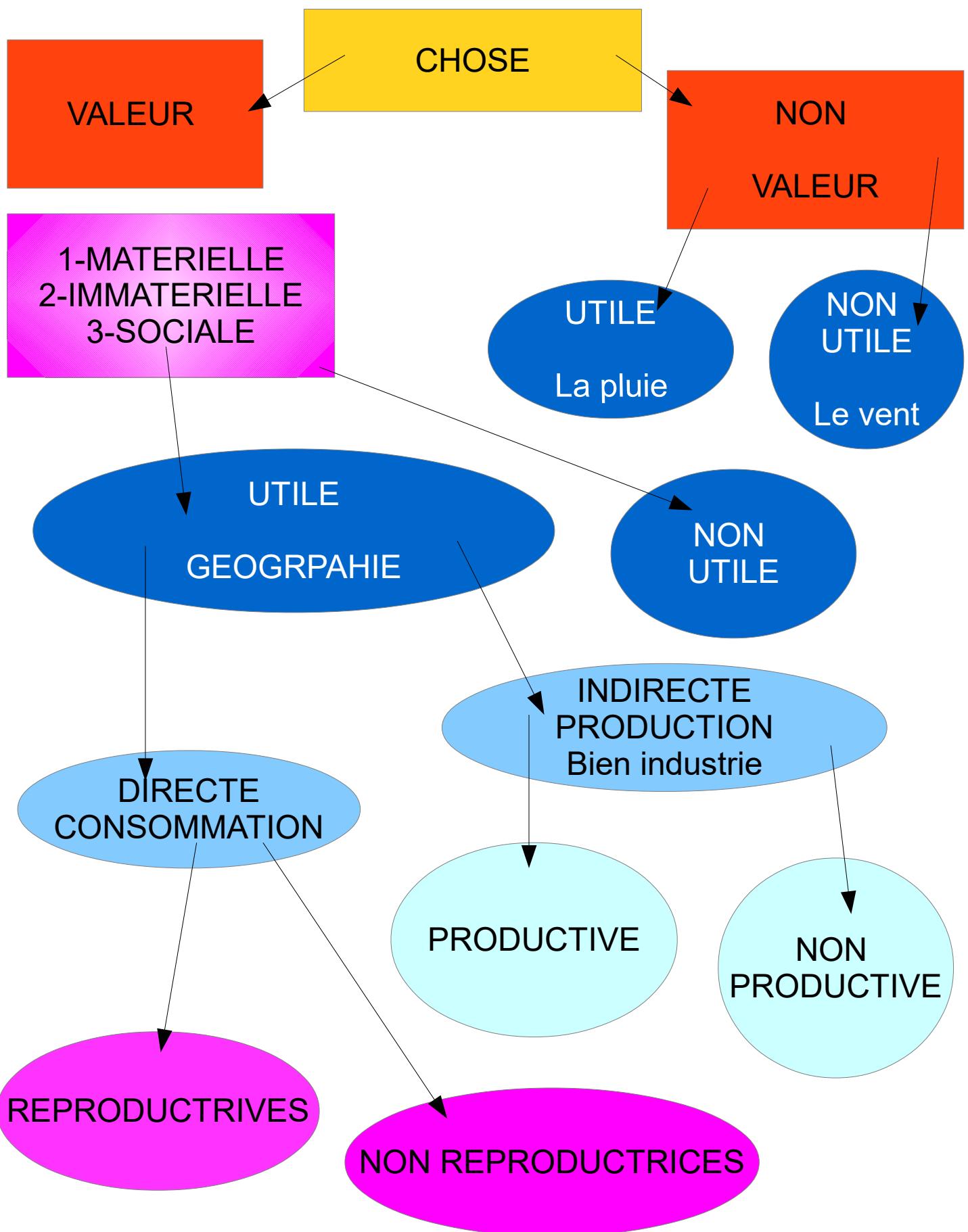
## **HERMES -la valeur de la GRIFFE.**

<b>VALEUR ECONOMIQUE</b>	CAPITALISATION BOURSIERE =2000 MILLIARDS  <b>1-ACTIONS=</b> 1800 euros dividendes= 13 euros  <b>2-SALAIRES</b> PRIME= 4000 euros par salarié en 2022  <b>3-EMPLOIS.</b> 20.000salaries 7000 artisans FRANCE 1400 artisans	<b>OBJET LUXE</b>  <b>MARCHE MONDE</b>  <b>ASIE+22%</b>  <b>USA</b>  <b>EUROPE</b>  <b>FRANCE</b>	<b>HISTOIRE</b>  1837-ouverture PARIS  1956-Hommage KELLY MONACO  2018- ENTREE CAC40  2020- CONCEPT BEAUTE  2021- ECOLE ARTISANS	<b>MARKETING</b>  LUXE ART DE VIVRE a LA FRANCAISE  HERITAGE BOURGEOISIE 19EME SIECLE  <b>PRODUIT=</b> 1-MAROQUINERIE 2-HORLOGERIE 3-MODE 4- PARFUM  <b>VENTE</b> RESEAU DISTRIBUTION + EN LIGNE
<b>VALEUR SOCIALE</b>	RSE		HUMANISTE= Homme Nature	<b>ENTREPRENDE</b>  <b>CAPITAL ANCIEN</b>  6 generations
<b>VALEUR SOCIETALE</b>	FONDATION	ARTISTES ARTISANS		
<b>VALEUR IMMATERIELLE</b>	SAVOIR FAIRE	MARQUE	PATRIMOINE IMMATERIEL	
<b>VALEUR SUBJECTIVE LUXE</b>	Le client aime la MARQUE HERMES ( EXCELLENCE FRANCAISE ) LE CLIENTS achètent un SOUVENIR du <u>SAVOIR FAIRE FRANCAIS</u> . C'est l'ART de VIVRE <u>-FRENCH MODE</u> Le prix n'est pas une contrainte car l'objet est CREE pour le <u>LONG TERME</u> . On répare les OBJETS.			

## VALEUR -BASTIAT



# LA VALEUR JEAN BAPTISTE SAY



# LA VALEUR ECO.

**1-ARISTOTE -**

échange du bien -besoin du consommateur

**2-JEAN OLIVI-13eme-**

raritas ( la rareté du bien sur le marché )  
virtuositas ( habileté à fabriquer un bien )  
complacilibus ( désirabilité )

**3-SMITH -RICARDO-MARX-**

usage-échange-1H-TRAVAIL-OBJECTIF

**5-CONDILLAC -**

idée reconnaît la valeur  
opinion que nous avons de leur rareté  
ou de leur abondance

**4-QUESNAY-**

VA -AGRICULTURE

**6-JB-SAY-**

OBJET-VALEUR-UTILITE-accordée  
ENTREPRENEUR  
-VALEUR EPARGNE

**7-BENTHAM -**

valeur ARBITRAGE entre plaisirs et non plaisirs  
utilité des choses

**8-MENGER-**

unité marginale décroissante-SUBJECTIF  
intensité du plaisir des biens

**9-GOSSEN -**

besoins satiables

**10-VON WIESER-**

la logique des valeurs  
valeur naturelle  
cout opportunité

**11-M-LEVY**

VALEUR IMMATERIEL-VALEUR SAVOIR

**12-SEN**

VALEUR ETHIQUE

**11-GILLIS**

VALEUR VERTE  
= consommation bien bas carbone et immatériel  
valeur est accordée aux biens à faible  
empreinte carbone énergétique  
ex= voiture électrique  
maison passive

CLIMATE and ENERGY -TSE-Colloque-Gilles CAVROIS -

CHARBON PETROLE GAZ = FOSSILE >>HYDROGENE -NEUTRE EN CARBONE  
Avec le risque climatique , on divorce avec l'économie carbone= On passe d'une énergie fossile à une énergie neutre en carbone.

## 1- LA VALEUR VERTE.

### A-VALEUR -SMITH-RICARDO -LES CLASSIQUES.

Valeur > valeur usage > valeur échange

Selon Smith, la valeur d'échange est égale à la quantité de travail que cette marchandise peut acheter ou commander; c'est la valeur travail commandée.

### B-VALEUR VERTE .

valeur verte > valeur économique matérielle + valeur économique immatérielle.

La consommation immatérielle créée de la valeur pour l'économie et présente une faible empreinte carbone.

## 2-VALEUR KILOWATTS-HEURE= ENERGIE .

L'économie n'est plus calculée en heure de travail mais en heure énergie.

Exemple = 1 baguette équivaut à 1 HEURE ENERGIE avec un nombre de K-WATTS.

On comptabilise l'économie avec des HEURES ENERGIE=

1-le commerce 2-les transports 3-l'Habitat 4-alimentation

On recherche une faible consommation énergie .

## 3-LA COMMUNICATION SUR L 'ENERGIE-ECONOMIE.

### A- MUSEE DE L HYDROGENE.

PARIS -SPONSOR AIR LIQUIDE

### B-CULTURE

JEAN MICHEL JARRE = après OXYGENE >> HYDROGENE

### C-ART .

On invente une mythologie économique avec les DIEUS des éléments comme durant l'ANTIQUITE GRECO-ROMAINE.

On ne pense plus en terme argent , on crée un imaginaire économique basé sur l'argent.

CLIMATE -ENERGY-TSE-GILLES CAVROIS

COAL OIL GAS = FOSSIL > >HYDROGEN - CARBON NEUTRAL

With climate risk, we divorce from the carbon economy= of fossil energy we use to carbon-neutral energy.

## **1- GREEN VALUE.**

A-VALUE -SMITH-RICARDO -THE CLASSICS.

Value > use value > exchange value

According to Smith, exchange value is equal to the quantity of labor that this commodity can purchase or command; this is the work value ordered.

B-GREEN VALUE.

green value > material economic value + intangible economic value.

Intangible consumption creates value for the economy and presents a low carbon footprint.

## **2-KILOWATTS-HOUR VALUE = ENERGY.**

Savings are no longer calculated in hours of work but in hours of energy.

Example = 1 watt equals 1 HOUR ENERGY with a number of K-WATTS.

We count the saving with ENERGY HOURS=

1-commerce 2-transport 3-housing 4-food- We are looking for low energy consumption.

## **3-COMMUNICATION ON ENERGY-ECONOMY.**

A- HYDROGEN MUSEUM.-PARIS -SPONSOR AIR LIQUIDE

B-CULTURE-JEAN MICHEL JARRE = after OXYGEN >> HYDROGEN

C-ART.

We invent an economic mythology with the GODS of the elements as during GRECO-ROMAN ANTIQUITY.

We no longer think in terms of money, we create an economic imagination based on money.