

ECO PRIMITIVE

A- MARCEL MAUSS- »ESSAI SUR LE DON »

RECIPROCITE

DON

R
E
C
E
V
O
I
R

R
E
N
D
R
E

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

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

ABONDANCE

CHASSEURS

ALIMENTATION

CUEILLEURS

PRODUCTION DOMESTIQUE

HOMME
OUTIL

TROC

MAISON-RECIPROCITE

DON

SECTEUR LIGNAGE

CONTRE
DON

SECTEUR VILLAGE

SECTEUR TRIBAL

SECTEUR INTER-TRIBAL

S
O
L
I
D
A
R
I
T
E

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 economique basé sur l'échange.

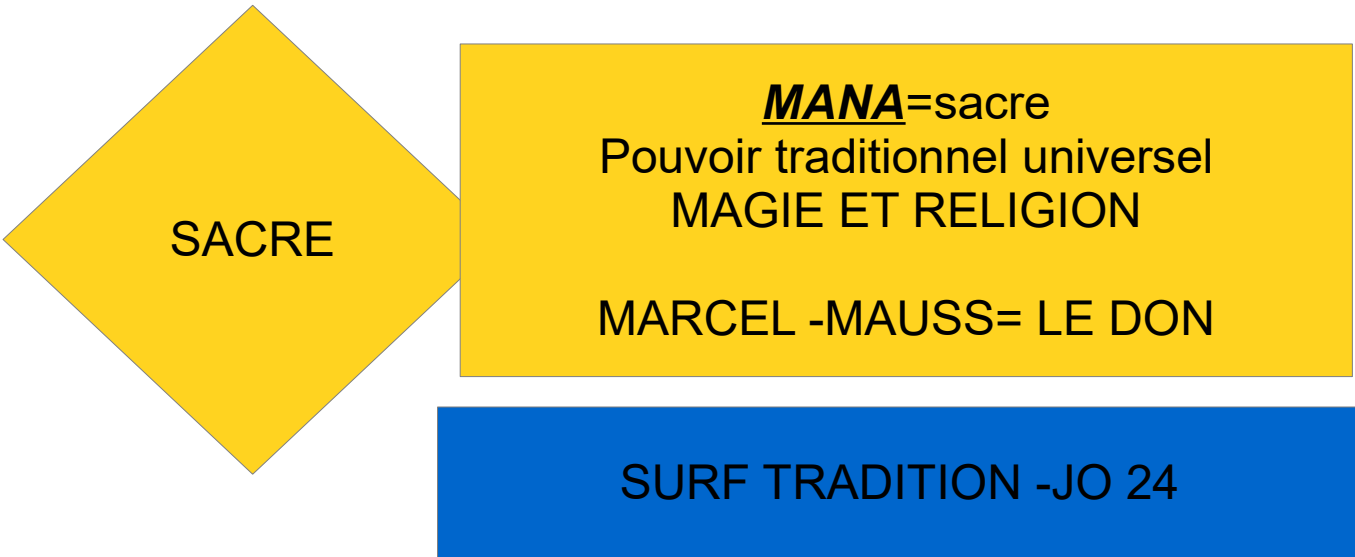
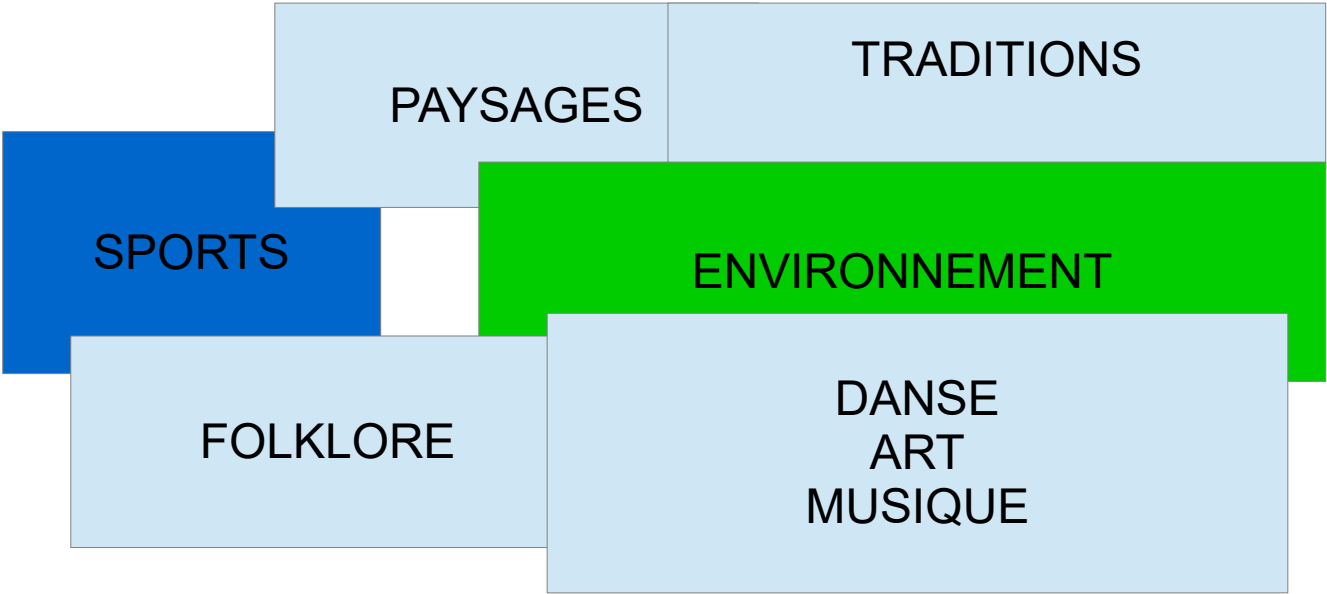
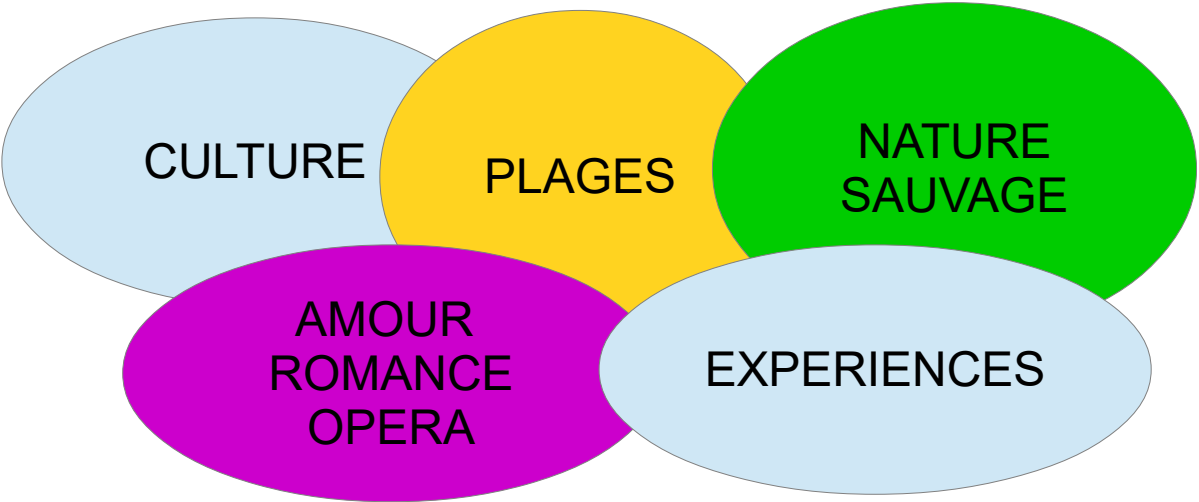
BESOINS INDIVIDUELS =

| | |
|------------------|--------|
| 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 »

REGION

PLAGES

MONTAGNES

CAMPAGNE

MER
OCEAN

VILLES

CULTURE

PARIS

MUSIQUE

OPERA
GARNIER

CINEMA

PANAM

THEATRE
COMEDIE
FRANCAISE

CAFE

METRO

APERRO

PRUNE

GASTRONOMIE

CHAMPAGNE

TAITINGER
HY

RESTAURANTS

VIN

TRUFFE

LUXE

POMMEROL

PARFUM
GRASSE

CULTURE

MODE

MUSEE
CHATEAUX
MANOIRS

MERCATO -GRECO ROMAIN

COMMERCE
EXTERIEUR

ETHIQUE

CCE
MARITIME

RELIGION

VERTU

JUSTE

PORT

PRIX

MARCHE

MARCHE
BIEN
ALIMENTAIRE

MARCHE
CAMPAGNE

FORUM

MATERIEL

LITTERATURE

ECHANGE

AMOUR

POESIE

SEXE

VICE-ARGENT

SERVITUDE

ESCROQUERIE

VOL

ESCLAVE

PIRATE

GUERRE

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-INFRASTRUCTURE-ECONOMIE

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

ATTALI- « l'économie de la VIE »

BIEN VIVRE

SURVIE

BONNE VIE

SUJETS PHIO-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-ecologie 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 »

ART
DANSE

BATTLE DANSE
SPECTACLE
ART
MESSAGE

CORPS

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

SUCCESES= JAZ-Z >> SPOTIFY -MODE

=HUMOUR EN ECONOMIE=

«la communication par le RIRE «

RIRE =

Le comique provoque le rire émotionnel, il détresse puis devient communicatif.

La socialisation se fait par le comique, il connecte à l'autre.

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

Les COMIQUES critiquent l'ARGENT, le MANAGEMENT ou les ARNAQUES.

Dans l'HUMOUR , le FRANCAIS « HOMECONOMICUS « veut GAGNER.

GANGNER 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 envié 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-identite-temps libre

C-ON devrait mettre plus d' IMMATERIEL dans l'economie 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 progres, suscite l'évolution » .

CONNAISSANCE > technique > technologique

Il faut entreprendre avec l'innovation.

2-HISTOIRE de la communication economique.

Peinture 16eme-theatre comedie francaise 17e-18e economie politique

19e-roman francais-20e cinema 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 guerit.

- BOURSE-IMMOBILIER-CROISSANCE-

- SALAIRE-UNIVERSITE ELITE-TULIPES HOLLANDES

4-CULTURE DU CAPITALISME à travers le cinema

hollywoodien =DIEU ECONOMIQUE USA.

A-FILM =USA 20e.

BOURSE- WALL STREET -NEW YORK

REAL ESTATE SUBPRIME -MIAMI

GAFAM -SILLi CON VALLEY

VOITURE-24H LEMANS -DETROIT

CINEMA -HOLLYWOOD

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

vie hedonsite californienne-star de la personne- elitisme etude universite

culture esthetique du BEAU- « *MAISON-VOITURE-TV* »

ECONOMIE MAISON

C-21eme = STARISATION HEDONISTE VIRTUELLE DE LA PERSONNE

sur les reseaux sociaux.(instragram corps et iles 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
 19^{eme} -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.

| | |
|--|---|
| <u>VILLE MARKETING IMMOBILIER</u> | -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 |

| | |
|---|----------|
| CREER DU LIEN NON MARCHAND EN CENTRE -EXTERIEUR « villes gratuites » | |
| | SPORT |
| | NATURE |
| | ART -RUE |

LE CAPITALISME SPATIAL = 1 MARCHE DE MOINS 100 ANS .

DE LA DEFENSE MILITAIRE aux vols commerciaux

1957- SPOUTNIK
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

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

**Le CAPITALISME CHINOIS
- OU -LE SOCIALISME DE MARCHÉ
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 IMMOBILIERE
EXPORTATION
BALANCE COMMERCIALE +

**CAPITALISME
CHINOIS
HISTOIRE**

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

**CAPITALISME
MARCHÉ PRIVE**

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

EFFETS NEGATIFS =

INEGALITES SALARIALES -MARCHÉ TRAVAIL
POLLUTION AIR-EAU-TERRE
SPECULATION IMMOBILIERE

CAPITALISME INTERNET.

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

NATURE = réseaux sociaux-internet-commerce électronique-plateformes

INVESTISSEMENT>> ECONUMERIQUE >> PRODUCTIVITE + NOUVEAUX MARCHES

MONDIALISATION-2000=BULLE INTERNET-FINANCIARISATION-SI

LE TERTIARE 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.

| | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <u>INTERNET SANS HUMAIN</u> | METAVERS NOUVEAU MARCHÉ VIRTUEL |
| | INFLUENCEURS HOLOGRAMMES |
| | ALGORITHME COMMERCIAL |
| | RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES |

| | |
|------------------------------|--|
| <u>KRACH INTERNET</u> | 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 CONSOMMATION-PRODUCTION |
| | CROISSANCE INTERNE RICHESSSE 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-MEDEGINE PEACE and LOVE | CALIFORNIE | LIBERTE SEXUELLE |
| 1968 | WEIL FEMME TRAVAIL ARGENT 1960-ouverture BOURSE | FRANCE | FEMINISME |

1-MARKETING EROS.

Le capitalisme évoque l'excitation sexuel dans l'abstraction psychique à travers les publicités ,la télévision , le cinema, 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.

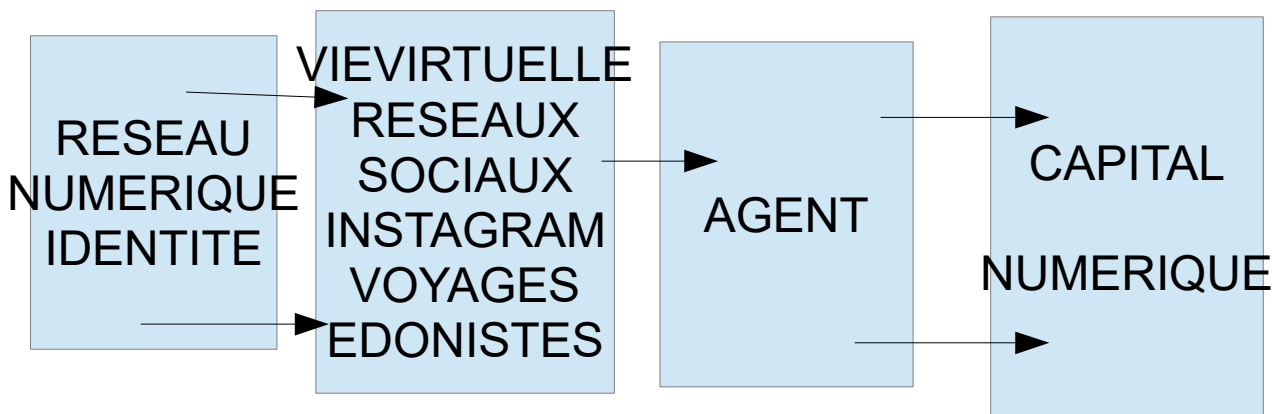
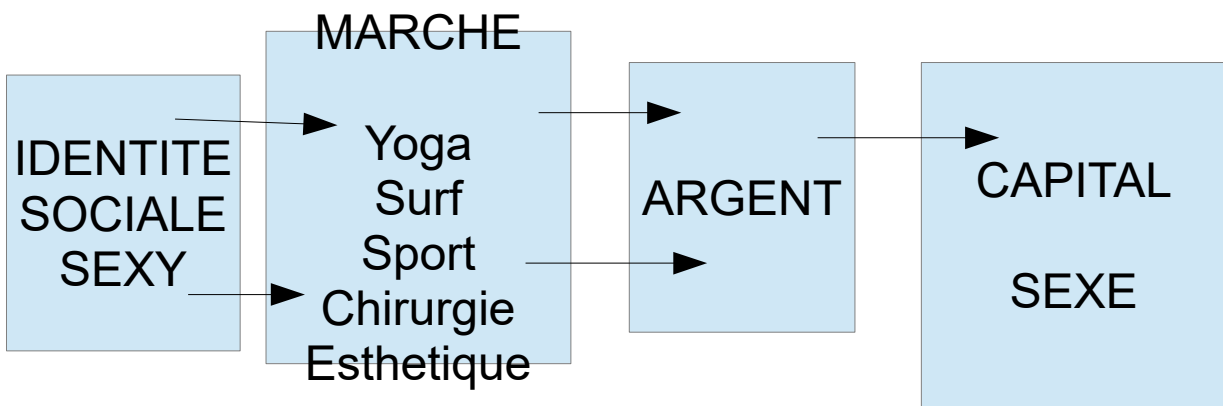
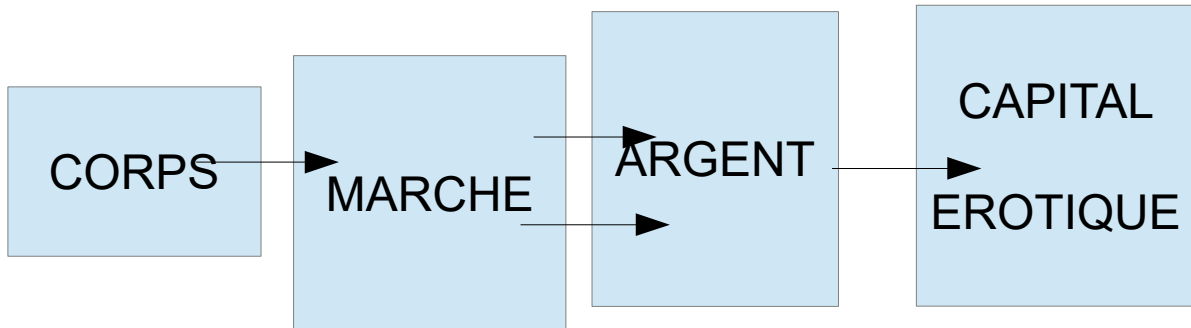
2-MARKETING SEXUEE.

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

Le marketing offre un prix pour des objets genrés.

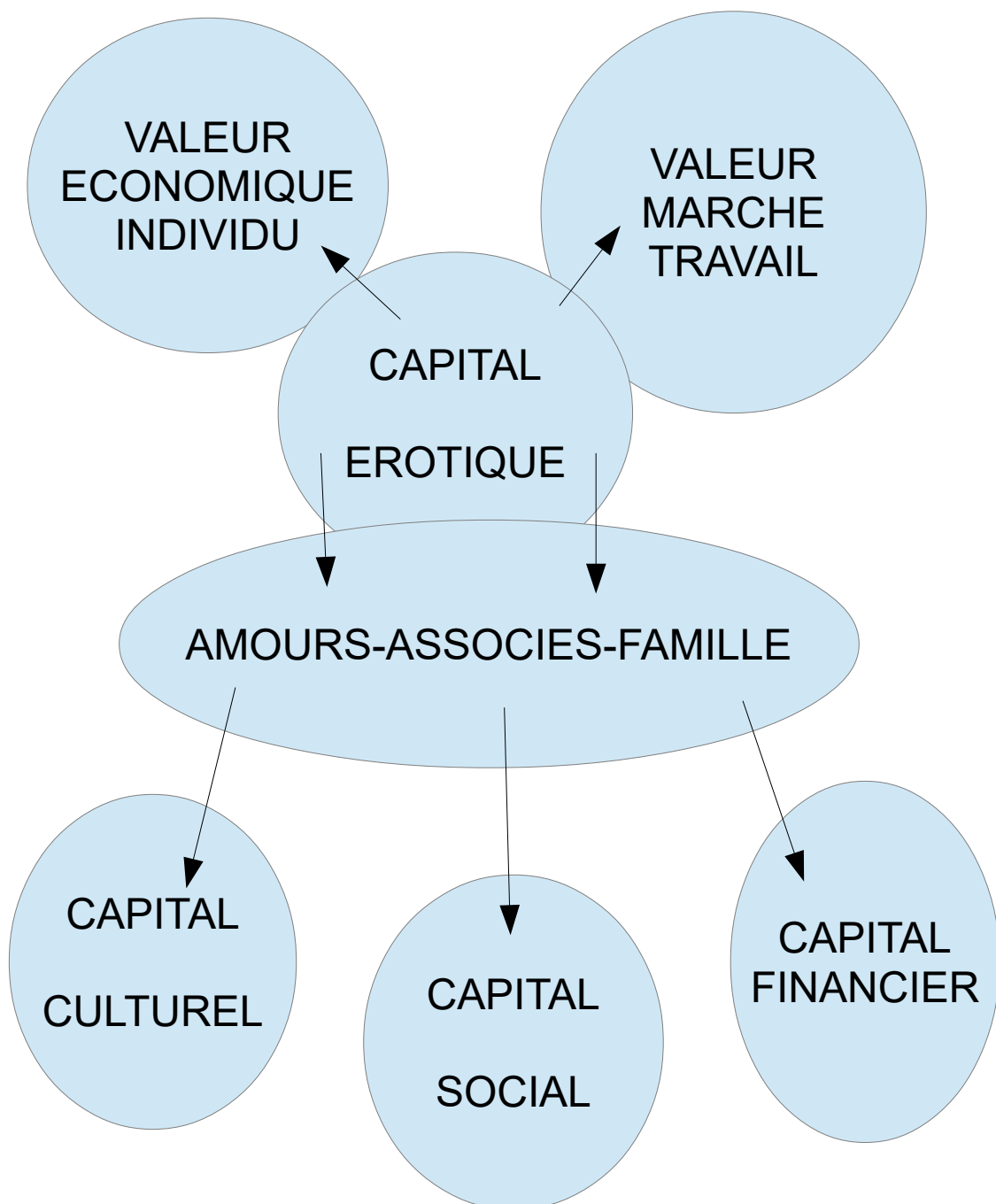
La question de la mixité ?

CAPITAL EROTIQUE-SEXE-NUMERIQUE



B-CAPITAL EROTIQUE

- A- BOURDIEU- les différents 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.

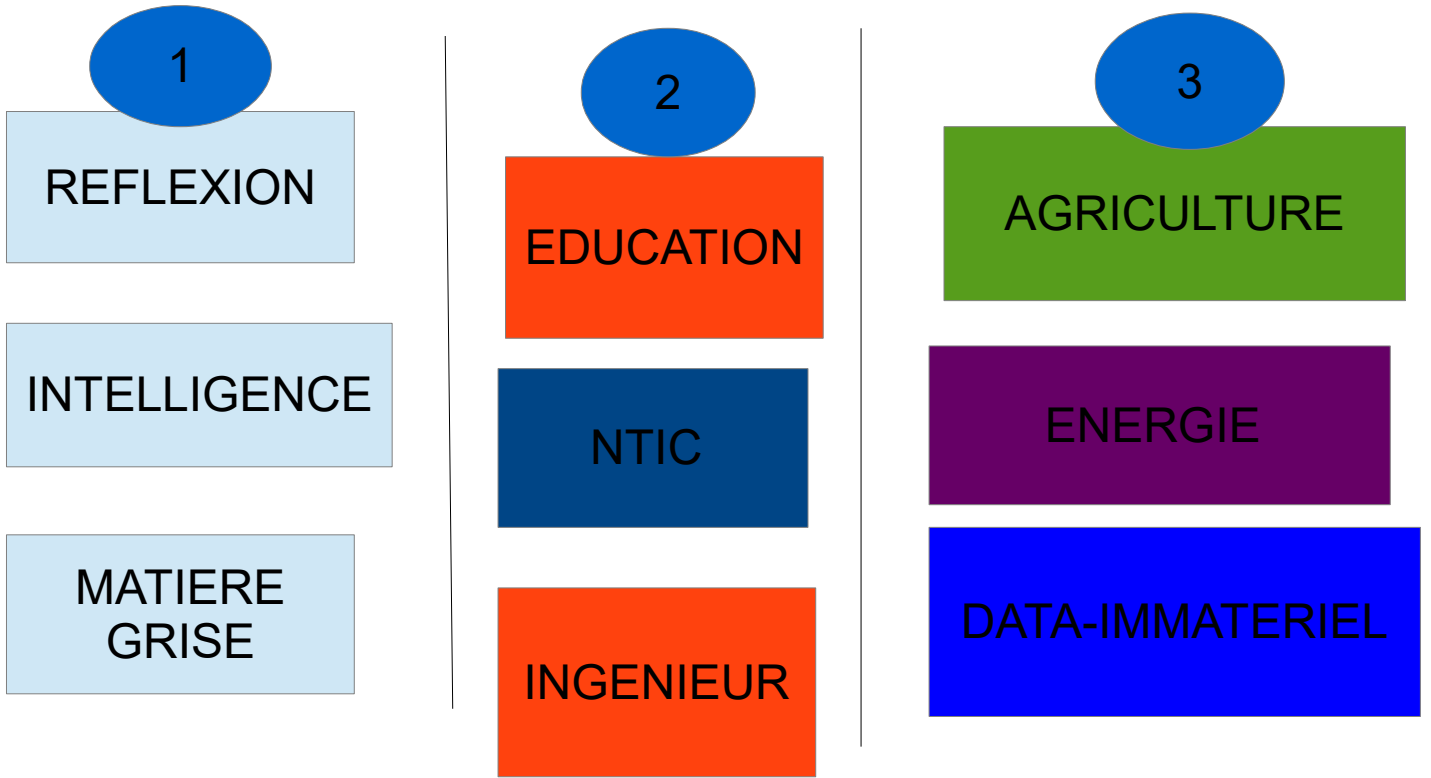
-LES LIMITES DE LA PRODUCTION = + DEMANDE MONDIALE = HAUSSE PRIX

7-ENVIRONNEMENT.

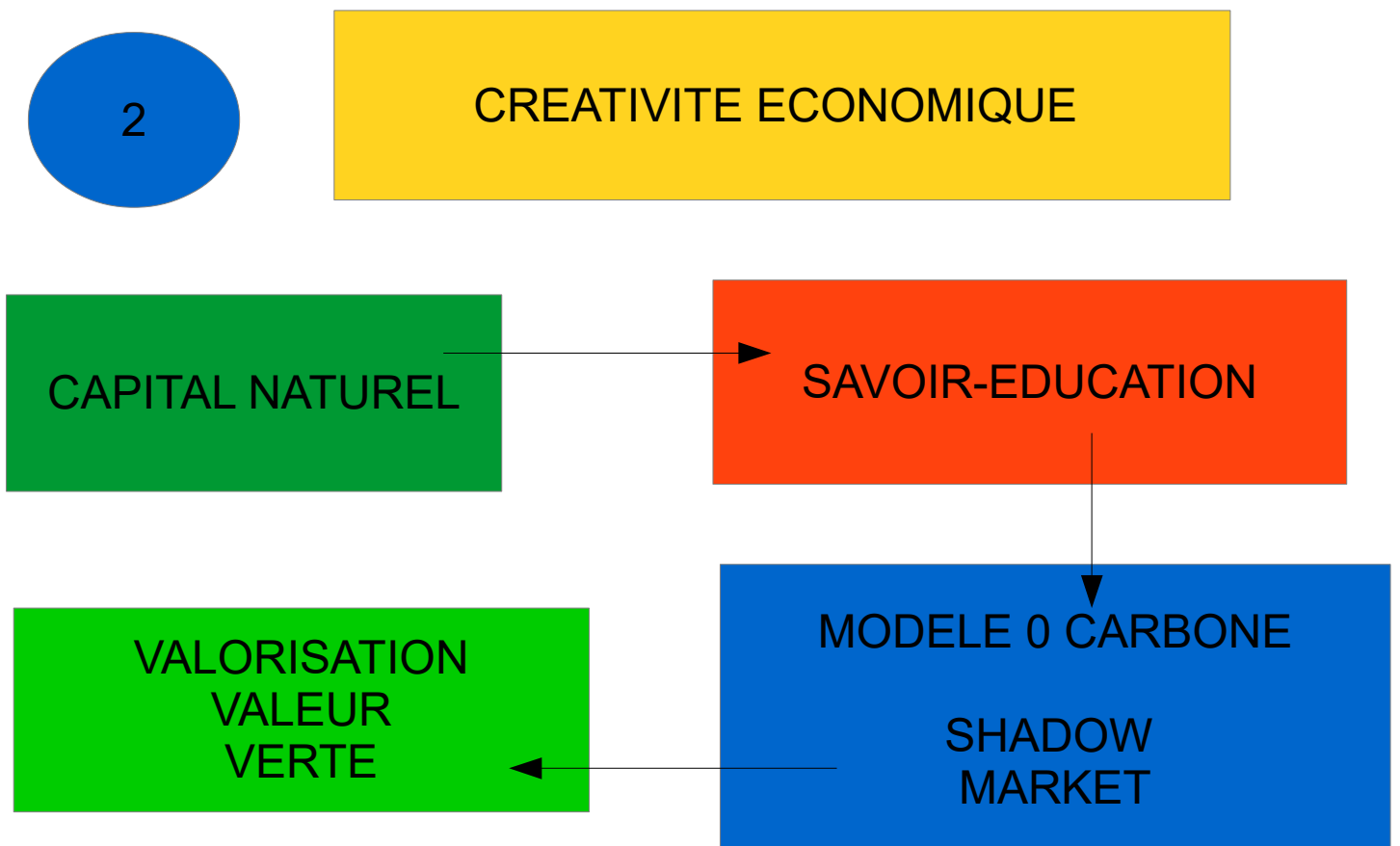
-LE RISQUE CLIMATIQUE SUR LA COTE OUEST AFRICAINE A LIMITE OFFRE

-EXPLOITATION DES RESSOURCES EN EAU EN AFRIQUE

CAPITALISME SAVOIR Ou de la CREATIVITE



NOUVEAU MODELE ECONOMIQUE NEUTRE EN CARBONE



=CAPITALISME = ESCLAVAGISME ou PARTAGE DE LA VALEUR

PENSEURS

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

COLONIALISME = 1848- FIN DE L ESCLAVAGE EN FRANCE

HEGEL = le maître et l'esclave

MARX = ALIENATION de la force de TRAVAIL

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

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

IMAGE
ELITAIRE LUXE
SUR-INFORMATION
IMAGE MARQUE
VIE MATERIELLE

CAPITAL ATTENTIONNEL
MEDIATISATION

CHARGE MENTALE

ADDICTION
INFORMATION
RESEAUX

CREDIT SOCIAL

Mesurant la popularité
Mediatique

COMMERCE de MASSE

COMPTABILITE

COTATION en BOURSE
INFORMATION
MEDIATIQUE

MARCHE VANITE
VIE PERSONNELLE
Dans les MEDIAS

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 FINANCIER

1- VISIBILITE = ZOO HUMAIN-FERME CELEBRITE
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 POLLENISENT

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. | |
| ECONOMIE <u>NOUVEL ORDRE SOCIAL</u> | MARCHANDS- BANQUES- | <u>COMMERCE</u> = TAXE ETAT BALANCE COMMERCIALE |
| <u>NOUVEAU COMMERCE</u> | 1- <u>BULLIONNISME</u> = | OR ESPAGNE-PORTUGAM |
| | -2- <u>COMMERCIALISME</u> = | ANGLETERRE-HOLLANDAIS COMMERCE MARITIME |
| | -3- <u>CAMERALISME</u> = | PROTECTIONNISME ADMINISTRATIF ALLEMAND |
| | -4- <u>COLBERTISME</u> = | MAISONS ROYALES 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> = POMMEROL- <u>CHAMPAGNE</u> = TAITINGER-PIPER-HEIDSICK <u>COGNAC</u> | |

Le prix du temps- bohmbawerk LA VALEUR FUTURE.

Le coût d'opportunité est la valeur de l'option que vous n'avez pas choisie.

Il peut être personnel, financier ou environnemental.

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.

Le coût d'opportunité permet à un investisseur de mesurer les avantages à renoncer à un investissement au profit d'un autre.

Il est souvent négligé mais doit faire partie intégrante de la décision d'investissement.

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.

| <u>TRAVAIL MARCHAND</u> | | | |
|-----------------------------|--|--|--------------|
| (1) <u>ENTREPRISE</u> | SALAIRE DIVIDENDES PRIMES BOURSE | | VA-ECO |
| <u>TRAVAIL NON-MARCHAND</u> | | | |
| (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

EXPORTATIONS = 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.

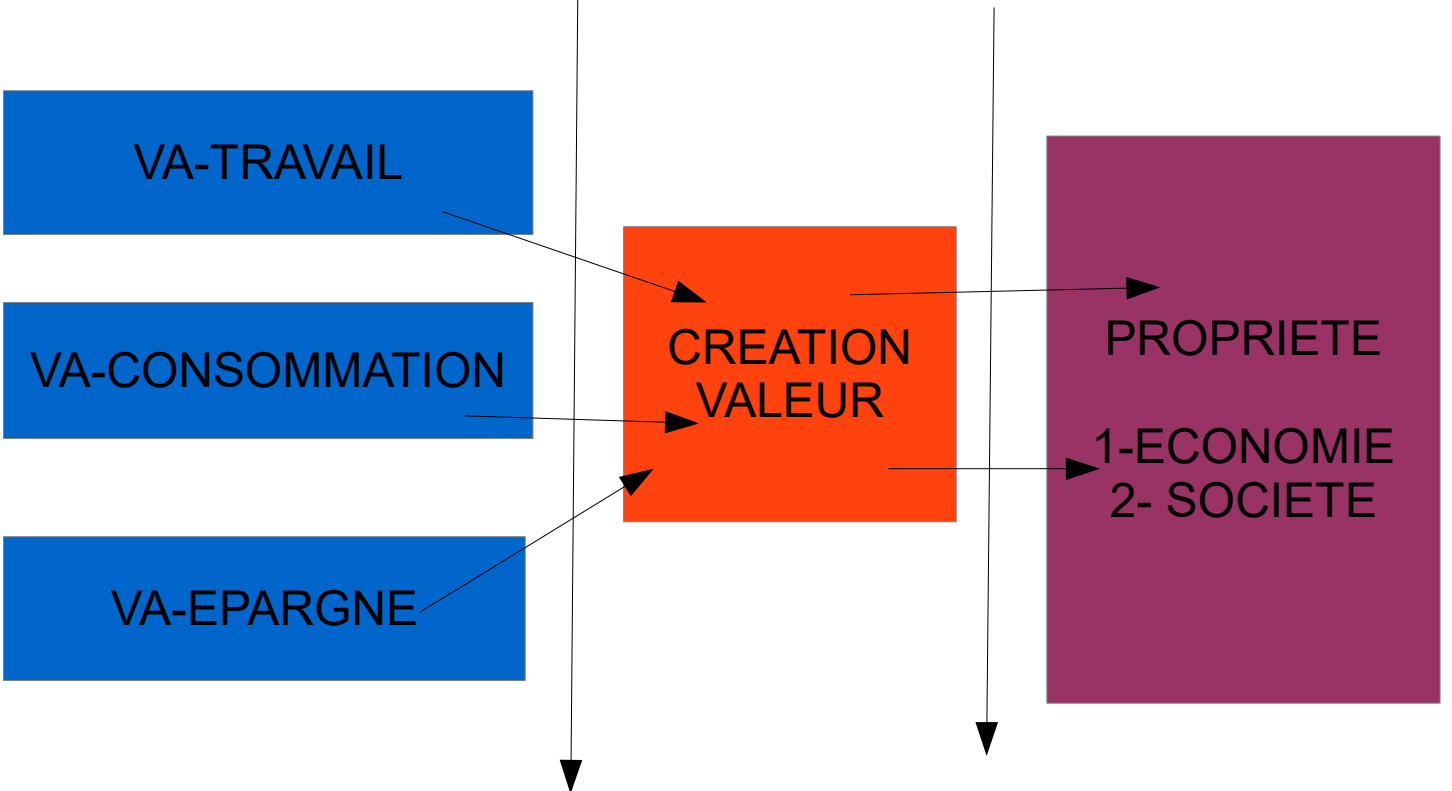
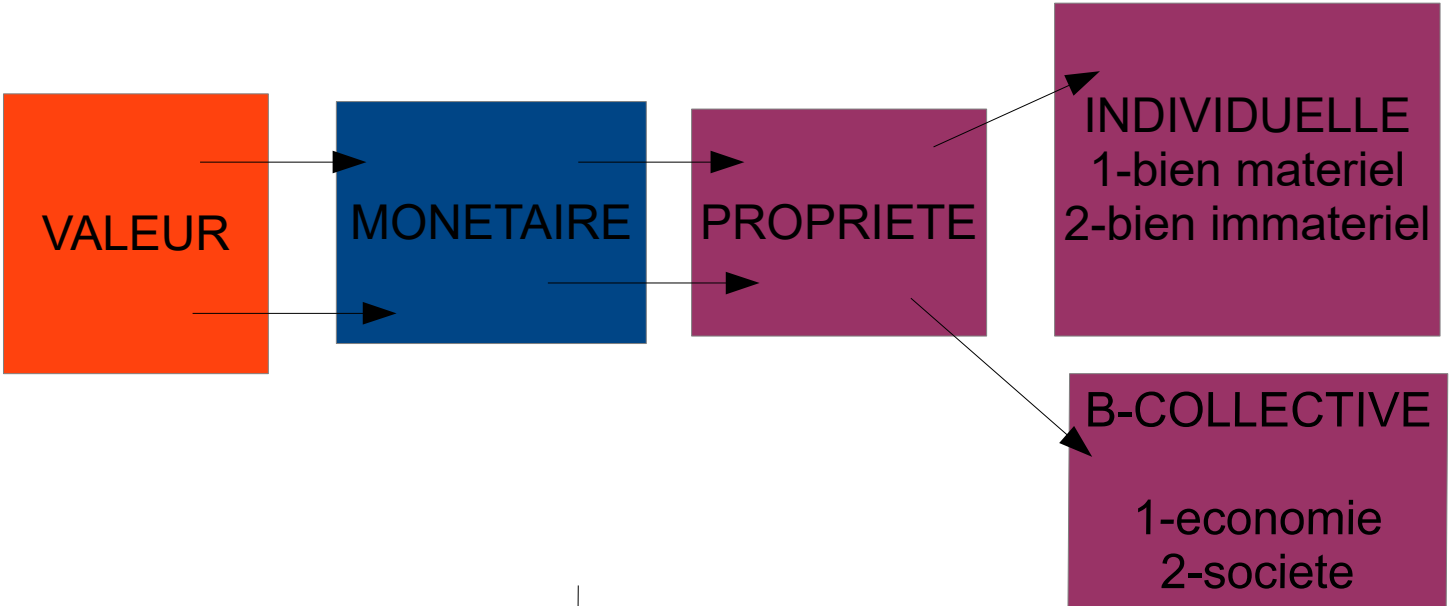
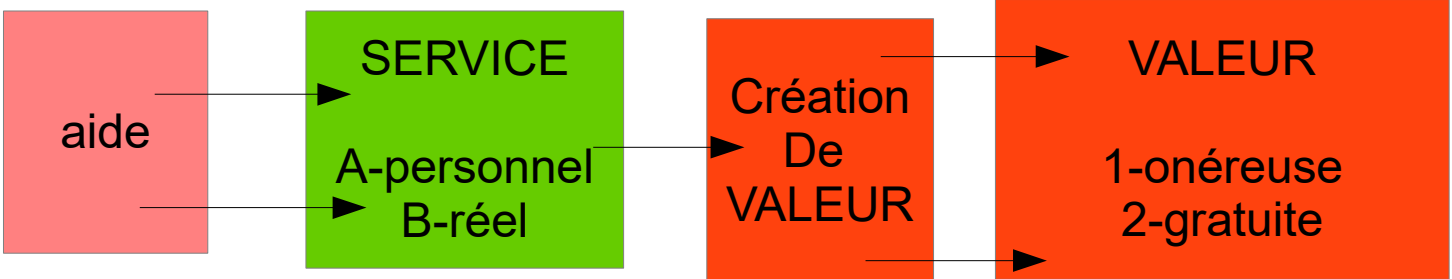
POMEROL est le VOISIN de ST EMILION !!

PAS DE RAISONS , PAS DE POMEROL !!

HERMES -la valeur de la GRIFFE.

| | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|--|
| VALEUR ECONOMIQUE | <p>CAPITALISATION BOURSIERE =2000 MILLIARDS</p> <p><u>1-ACTIONS=</u> 1800 euros dividendes= 13 euros</p> <p><u>2-SALAIRES</u> PRIME= 4000 euros par salarié en 2022</p> <p><u>3-EMPLOIS.</u> 20.000salaries 7000 artisans FRANCE 1400 artisans</p> | <p><u>OBJET LUXE</u></p> <p><u>MARCHE MONDE</u></p> <p>ASIE+22%</p> <p>USA</p> <p>EUROPE</p> <p>FRANCE</p> | <p><u>HISTOIRE</u></p> <p>1837-ouverture PARIS</p> <p>1956-Hommage KELLY MONACO</p> <p>2018-ENTREE CAC40</p> <p>2020-CONCEPT BEAUTE</p> <p>2021-ECOLE ARTISANS</p> | <p><u>MARKETING LUXE</u> ART DE VIVRE a LA FRANCAISE</p> <p>HERITAGE BOURGEOISIE 19EME SIECLE</p> <p><u>PRODUIT=</u> 1-MAROQUINERIE 2-HORLOGERIE 3-MODE 4- PARFUM</p> <p><u>VENTE</u> RESEAU DISTRIBUTION + EN LIGNE</p> |
| VALEUR SOCIALE | RSE | | HUMANISTE= Homme Nature | <p>ENTREPRENDE</p> <p style="background-color: #0070C0; color: white; text-align: center;">CAPITAL ANCIEN</p> <p>6 generations</p> |
| VALEUR SOCIETALE | FONDATION | ARTISTES ARTISANS | | |
| VALEUR IMMATERIELLE | SAVOIR FAIRE | MARQUE | PATRIMOINE IMMATERIEL | |
| VALEUR SUBJECTIVE LUXE | <p>Le client aime la MARQUE HERMES (EXCELLENCE FRANCAISE)</p> <p>LE CLIENTS achètent un SOUVENIR du <u>SAVOIR FAIRE FRANCAIS.</u></p> <p>C'est l'ART de VIVRE <u>-FRENCH MODE</u></p> <p>Le prix n'est pas une contrainte car l'objet est CREE pour le <u>LONG TERME.</u></p> <p>On répare les OBJETS.</p> | | | |

VALEUR -BASTIAT



LA VALEUR
JEAN BAPTISTE SAY

CHOSE

VALEUR

NON
VALEUR

1-MATERIELLE
2-IMMATERIELLE
3-SOCIALE

UTILE

La pluie

NON
UTILE

Le vent

UTILE

GEOGRPAHIE

NON
UTILE

INDIRECTE
PRODUCTION
Bien industrie

DIRECTE
CONSOMMATION

PRODUCTIVE

NON
PRODUCTIVE

REPRODUCTRIVES

NON REPRODUCTRICES

LA VALEUR ECO.

| | |
|---------------------------------|--|
| 1- <u>ARISTOTE</u> - | echange du bien -besoin du consommateur |
| 2- <u>JEAN OLIVI</u> -13eme- | <u>raritas</u> (la rarete du bien sur le marché) <u>virtuositas</u> (habilité à fabriquer un bien) <u>complacilibus</u> (désiribalité) |
| 3- <u>SMITH -RICARDO-MARX</u> - | usage-échange-1H-TRAVAIL-OBJECTIF |
| 5- <u>CONDILLAC</u> - | idée reconnaît la valeur opinion que nous avons de leur rareté ou de leur abondance |
| 4- <u>QUESNAY</u> - | VA -AGRICULTURE |
| 6- <u>JB-SAY</u> - | OBJET-VALEUR-UTILITE-accordée ENTREPRENEUR -VALEUR EPARGNE |
| 7- <u>BENTHAM</u> - | valeur ARBITRAGE entre plaisirs et non plaisirs utilité des choses |
| 8- <u>MENGER</u> - | unité marginale décroissante-SUBJECTIF intensité du plaisir des biens |
| 9- <u>GOSSEN</u> - | besoins satiables |
| 10- <u>VON WIESER</u> - | la logique des valeurs valeur naturelle cout opportunité |
| 11- <u>M-LEVY</u> | VALEUR IMMATERIEL-VALEUR SAVOIR |
| 12- <u>SEN</u> | VALEUR ETHIQUE |
| 11- <u>GILLIS</u> | VALEUR VERTE = consommation bien bas carbone et immateriel 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 wand 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.