

Configuration des nouveaux mouvements
sociaux économiques : Résultats préliminaires

Les Cahiers de Chaire – collection recherche

No 07-2005

Par René Audet, Marie-Hélène Blais, Marc-André
Lafrance, Julie Maurais et Bouchra M'Zali

Sous la direction de Corinne Gendron et
Marie-France Turcotte

Configuration des nouveaux mouvements
sociaux économiques : résultats préliminaires

Les Cahiers de Chaire – collection recherche

No 07-2005

Par René Audet, Marie-Hélène Blais, Marc-André

Lafrance, Julie Maurais et Bouchra M'Zali

Sous la direction de Corinne Gendron et
Marie-France Turcotte**

* **Corinne Gendron** est professeure au Département d'organisation et ressources humaines de l'École des sciences de la gestion de l'UQÀM. Elle est également titulaire de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable.

** **Marie-France Turcotte** est professeure au Département stratégie des affaires de l'École des sciences de la gestion de l'UQÀM. Elle est également chercheure principale de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable.

Nous tenons à remercier Marie-Hélène Blais pour la réalisation et la mise en forme de ce manuscrit.

Avant propos

Depuis plusieurs années, la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable s'intéresse aux nouvelles pratiques économiques et aux nouvelles formes de régulation en lien avec la responsabilité sociale et le développement durable. Plus spécifiquement, ses membres travaillent sur plusieurs projets de recherche, notamment : l'analyse comparative des triples bilans des banques canadiennes; le potentiel régulatoire du droit international de l'environnement dans un contexte de mondialisation économique: le cas de l'ALÉNA; le commerce équitable comme innovation sociale et économique: performance sociale et renouvellement des pratiques économiques; visages de la responsabilité sociale corporative, réglementation et liberté: articulations dans le discours des acteurs et, comme dernier pôle de recherche, la régulation de la nouvelle économie : le rôle des nouveaux mouvements sociaux économiques (NMSÉ).

Le projet des nouveaux mouvements sociaux économiques (NMSÉ) a débuté en 2002 et, depuis, plusieurs chercheurs s'y sont joints afin d'approfondir la compréhension de ce phénomène qui émerge depuis les deux dernières décennies dans les sociétés occidentales. Son objectif de départ :

vise à définir la configuration régulatoire de la nouvelle économie, en développant une compréhension des nouveaux mouvements sociaux économiques (NMSÉ) et de leur rôle, en explorant leurs valeurs et leur éthique, leur dynamique et les transformations dont ils sont porteurs au sein de l'économie et auprès des acteurs économiques traditionnels, et en étudiant l'articulation de la dynamique régulatoire portée par ces mouvements avec les mécanismes régulateurs du marché.

Après deux années de travail, certains résultats préliminaires se dessinent. C'est dans ce contexte que cinq étudiants de maîtrise, assistants chercheurs participant au projet des NMSÉ à la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, présentaient les résultats préliminaires de leur recherche au 72^e Congrès de l'ACFAS. Comme on peut le voir, les résultats de ces étudiants sont d'autant plus intéressants qu'ils proviennent de disciplines différentes et ont chacun un parcours académique unique. Ainsi se côtoient l'administration, le marketing, la biologie et les sciences de l'environnement.

Les recherches au sein du projet des NMSÉ se partagent selon trois industries qui présentent chacune ses propres défis et revendications pour les mouvements de la société civile. Les industries de la foresterie, de l'agroalimentaire et du textile ont été choisies parce qu'ils sont des secteurs représentatifs et complémentaires des transformations auxquelles s'intéresse le projet des NMSÉ. Les nouvelles modalités de pression des NMSÉ s'articulent autour de la certification et de la sensibilisation du public et se traduisent par de nouvelles méthodes de «contrôle», de gouvernance, ou de régulation, mais présentent pour chacune des industries des particularités intéressantes.

Les deux premiers textes visent le secteur de la foresterie. L'étude de Julie Maurais présente la double fonction de la certification forestière : d'une part elle permet aux ONG environnementales de s'immiscer dans la gestion des entreprises d'exploitation forestière et, d'autre part, elle influence les décisions gouvernementales en matière de foresterie. L'analyse de Marc-André Lafrance présente le contexte historique qui a permis l'apparition de la certification forestière et décrit son évolution. Par la suite, le chercheur nous offre une comparaison des discours des divers acteurs impliqués et montre comment un compromis s'est articulé autour du concept de développement durable.

Les deux textes suivants abordent le secteur de l'agroalimentaire. René Audet nous présente la théorie de l'acteur-réseau et montre comment celle-ci peut être utilisée pour conceptualiser les certifications de l'agriculture durable, notamment l'agriculture biologique et le commerce équitable. Par la suite, Marie-Lou Ouellet concilie des éléments de la sociologie rurale et de la stratégie d'entreprise afin de développer une recommandation pratique quant au développement stratégique des produits avec indications géographiques afin de favoriser la revitalisation rurale dans les paramètres du développement durable.

Finalement, le dernier texte aborde les codes de conduite de l'industrie textile. Marie-Hélène Blais nous présente les résultats d'une étude empirique qui tente de brosser le portrait des entreprises socialement responsables, plus précisément celles ayant adopté un code de conduite, dans l'industrie du textile pour tenter de déterminer s'il y a un lien entre la performance financière et la performance sociale.

Table des matières

Avant propos	v
Des forêts sous le couvert de la certification forestière : Est-ce que cela change le paysage régulateur des terres forestières ?	3
La certification dans le secteur forestier : qui en profite réellement ?	17
Analyser le potentiel des certifications de l'agriculture durable à la lumière de l'acteur-réseau	32
Le terroir qui fait vendre : d'un banal produit de consommation à un outil de développement durable	47
Quand la mode est aux codes	63

Des forêts sous le couvert de la certification forestière : Est-ce que cela change le paysage régulateur des terres forestières ?

Par Julie Maurais

Résumé

Issue de la société civile, la certification dans le secteur de la foresterie s'impose désormais sur la scène québécoise. Les entreprises forestières du Québec implantent progressivement la certification forestière dans leur mode de gestion. Ce système volontaire, basé sur des incitations économiques, amène les firmes à intégrer des aspects sociaux et environnementaux dans leur mode de fonctionnement. Nous verrons d'une part que la certification est un moyen employé par les ONG environnementales, acteurs de la société civile, pour s'immiscer dans la régulation des entreprises forestières et d'autre part, que la certification forestière a aussi des impacts régulateurs à un deuxième niveau, c'est-à-dire qu'elle influence les normes et la législation gouvernementale en matière de foresterie.

Problématique théorique

Les dernières décennies ont été marquées par une industrialisation poussée, propulsée par une logique de croissance économique, de profits et de progrès (Beck, 1986). Le type de développement technico-économique promu a cependant des conséquences environnementales et sociales significatives, particulièrement lorsque l'encadrement des firmes est insuffisant. En ce sens, les entreprises multinationales qui ont émergé dans le processus de mondialisation posent problème puisque les effets néfastes de leurs activités, d'un point de vue social et environnemental, sont peu contrôlés. L'une des explications du manque de contrôle réside dans le pouvoir et la structure de ces grandes corporations qui limitent les capacités d'intervention de l'État-nation (Beck, 1986; Offe, 2000).

En effet, les gouvernements agissent au niveau national et ont donc une emprise limitée sur les organisations qui oeuvrent à l'échelle mondiale. De plus, les multinationales ont un pouvoir d'influence qui leur permet de s'interposer dans la politique nationale pour faire valoir leurs intérêts et leurs besoins (Beck, 1986; Offe, 2000). Ainsi, la prédominance des arguments économiques et le courant d'intégration des économies qui a permis l'expansion des firmes au niveau international amènent une diminution de la capacité de l'État-nation à réguler les activités commerciales et les répercussions environnementales et sociales qui y sont associées (Beck, 1986; Offe, 2000). Parallèlement, les conséquences du développement technico-économique peu encadré deviennent perceptibles, particulièrement au niveau environnemental où la dégradation des milieux est désormais une source de risques (Beck, 1986). Ces risques environnementaux sont globaux, ils ne se concentrent pas à l'intérieur des murs étatiques, ils sortent de l'encrage territorial et ils ont des impacts qui touchent l'ensemble des populations humaines et des espèces vivantes (Beck, 1986). L'État-nation doit ainsi faire face à l'émergence de nouvelles problématiques qui demandent plutôt une approche internationale (Beck, 1986).

Les gouvernements nationaux sont donc confrontés à des problèmes qui dépassent leur frontière et à des critiques accrues provenant de plusieurs groupes sociaux et environnementaux (Beck, 1986). Ces derniers désirent que leurs représentants politiques intègrent les aspects environnementaux et sociaux dans le cadre régulateur. D'ailleurs, sur la scène mondiale, on assiste à une montée des activistes internationaux qui essaient de s'immiscer dans le système en place pour que des enjeux concernant entre autres, les droits humains et l'environnement, soient intégrés dans les débats politiques (Haufler, 2003; Bass, 2003; Cashore, 2003). À travers des campagnes visant l'opinion publique, les groupes d'action dénoncent et accusent les grandes corporations de détériorer l'environnement, d'abuser de la main d'œuvre et de bafouer les droits humains. Certains groupes font appel au boycott et protestent pour intégrer leurs revendications dans le système (Cashore, 2003). Outre le boycott et les attaques médiatiques, les groupes de pression ont développé d'autres stratégies pour intégrer leurs requêtes dont l'une d'elles est la certification.

Les gouvernements nationaux et les instances internationales ont tardé à établir des règles pour encadrer le comportement des entreprises, ce qui a amené certaines ONG à élaborer des normes privées qui incitent les entreprises à intégrer des aspects environnementaux et sociaux dans leur mode de gestion (Bass, 2003; Haufler, 2003; Guéneau, 2001). Ainsi, certains acteurs sur la scène internationale et nationale mettent en oeuvre de nouveaux moyens leur permettant d'intégrer leurs demandes non seulement auprès de l'État-nation, mais également auprès des entreprises à travers la certification. Alors, devant la prédominance des grandes corporations qui défendent une logique de croissance continue et de profits maximaux, devant un État-nation au pouvoir restreint et dont la structure ne permet pas d'encadrer les multinationales et de prendre en compte la globalité des problèmes sociaux et environnementaux, un troisième type d'acteur semble prendre une place accrue sur la scène mondiale, c'est-à-dire la société civile.

La société civile est ici définie comme étant « distinct from « society » in general in that it involves citizens acting collectively in a public sphere to express their interests, passions, and ideas, exchange information, achieve mutual goals, make demands on the state, and hold state officials accountable. Civil society is an intermediary entity, standing between the private sphere and the state. Thus, it excludes individual and family life, inward-looking group activity (e.g. recreation, entertainment, or spirituality), the for-profit-making enterprise of individual business firms, and political efforts to take control of the state (1996 :228) » (Meidinger, 2003: p.270)

Ainsi, sommes-nous en train d'assister à l'émergence d'un contre-pouvoir à l'échelle mondiale? Est-ce que la société civile est en train de s'immiscer dans la régulation, à travers la certification, afin d'encadrer le comportement des entreprises concernant l'environnement et les droits humains?

La société civile à travers la certification forestière

Dans le but d'éclairer ce questionnement, je me pencherai plus précisément sur la certification dans le secteur forestier et cela, pour plusieurs raisons. Premièrement, l'implantation de la certification dans le secteur forestier est avancée et cela permet une

meilleure observation du phénomène. De plus, les ONG environnementales (ONGE), membres de la société civile, ont joué et jouent encore un rôle central dans le développement et la promotion de la certification forestière. En effet, la certification dans le secteur forestier a été catalysée par les grands groupes environnementaux, tels que Greenpeace, Les Amis de la terre et Le fond mondial pour la nature. Ceux-ci désiraient que les problèmes de déforestation soient pris en considération par les gouvernements nationaux et les instances internationales (Haufler, 2003; Bass, 2003; Guéneau, 2001). Toutefois, la lenteur gouvernementale pour la prise en compte des problèmes de déforestation et l'échec des négociations pour une convention visant la protection des forêts, particulièrement à Rio en 1992, ont poussé ces associations à agir de manière novatrice (Guéneau, 2001; Bass, 2003). Ils ont élaboré un système de certification qui amène les entreprises forestières, par des incitatifs économiques, à intégrer des pratiques de foresterie durable.

La certification forestière se présente comme un moyen de régulation international s'appuyant sur la divulgation d'information. Les consommateurs, à l'aide d'un label, peuvent différencier un produit forestier basé sur le mode de production offrant ainsi la possibilité de choisir rationnellement des biens de consommation provenant de forêts gérées selon des principes de gestion durable (Guéneau, 2001). Ce mécanisme procure parallèlement des avantages commerciaux aux producteurs permettant un compromis entre les intérêts économiques et environnementaux. Il est à souligner que suite à la première norme internationale développée par les groupes environnementaux, la norme de Forest Stewardship Council (FSC), plusieurs autres certifications forestières ont été développées (Bass, 2003). Ces autres systèmes normatifs ont été initiés par différents acteurs, entre autres par les entreprises et par certains gouvernements. Parmi les normes existantes, les ONGE supportent surtout le système dont elles sont les initiatrices, c'est-à-dire la certification du FSC (Cashore, 2003).

Considérant la pluralité des systèmes, on devrait parler *des certifications* forestières, toutefois, la question qui nous intéresse ici concerne l'insertion des acteurs de la société civile, plus spécifiquement des groupes environnementaux à l'intérieur de ce type de régulation. Ainsi, puisque les ONGE ont un rôle central dans le développement et dans

l'adhérence aux certifications forestières, je m'attarderai à leur rôle dans *la certification* de façon plus générale. Ainsi, on peut se questionner de façon plus précise : Est-ce que la certification forestière est un moyen pris par des acteurs de la société civile (ONG environnementales) pour s'intégrer dans la régulation des entreprises du secteur forestier? Si la réponse à la première question est positive, on devrait observer des modifications dans l'environnement régulateur des firmes en foresterie. Ainsi, dans un deuxième temps, on peut se demander s'il y a des changements visibles dans l'environnement régulateur des entreprises suite à l'implantation de la certification forestière?

Ces questionnements posent la certification comme un moyen de régulation, c'est-à-dire qu'elle contribue à la fixation de règles qui régissent un domaine, dans ce cas-ci, le secteur forestier. Dans les faits, certains auteurs avancent effectivement que la certification forestière est un outil de régulation qui a d'ailleurs des caractéristiques qui lui sont propres.

La certification forestière, un mode de régulation

La certification est considérée par plusieurs académiciens comme un nouveau moyen d'implanter des règles auprès des entreprises (Haufler, 2003; Cashore, 2003; Meidinger, 2003). En effet, Haufler positionne la certification comme une forme de régulation multipartite, c'est-à-dire qu'elle intègre diverses catégories d'acteurs sociaux dans son fonctionnement (Haufler, 2003). À cet égard, plusieurs certifications nécessitent la participation des parties prenantes du secteur forestier dans l'élaboration ou l'adaptation des critères d'aménagement forestier durable. La certification n'est toutefois pas le seul processus régulateur permettant l'intégration de plusieurs parties intéressées, d'autres caractéristiques plus précises peuvent lui être attribuées.

Cashore a classifié la certification, particulièrement dans le secteur forestier, de régulation marchande non étatique (RMNÉ) (Cashore, 2003). Selon ce dernier, quatre grandes caractéristiques composent ce nouveau type de régulation. Premièrement, les entreprises adhèrent volontairement à un système normatif, qui exige le respect de certains critères définis avec la participation de plusieurs acteurs, mais qui procure aussi

des avantages sur les marchés, en particulier au niveau international. Son fonctionnement s'appuie sur les logiques économiques, ainsi la structure marchande offre le cadre d'action où les luttes politiques de certains acteurs de la société civile prennent forme (Cashore, 2003). Ensuite, la certification s'inscrit à l'extérieur des barrières étatiques et elle amène plutôt d'autres acteurs comme les industriels et les groupes de pression à participer au système régulateur (Cashore, 2003). De plus, le fonctionnement de la certification forestière diverge des rouages « théoriques » qui stipulent que les consommateurs créent le marché des produits labellisés. À cet effet, dans le cas forestier, les groupes environnementaux encouragent les entreprises à adopter un système de certification en pressant, entre autres, les grossistes à acheter des produits certifiés (Cashore, 2003; Bass, 2003). La demande créée par les ONGE pour les biens certifiés se répercute ensuite à l'intérieur de la chaîne d'approvisionnement pour exercer une pression sur les producteurs (Cashore, 2003). Une pression directe sur les entreprises exploitant la matière première est aussi effectuée par les groupes environnementaux. Conséquemment, le fait que les ONGE influencent la demande pour les biens certifiés différencie la certification forestière du consumérisme politique où ce sont les consommateurs au niveau individuel qui créent la demande pour les produits labellisés (Michelletti, 2003). En dernier lieu, le respect des principes et des critères qui composent les systèmes de certification est assuré par une vérification indépendante exécutée par des firmes ou des ONG spécialisées en la matière.

Cela étant, la certification forestière est une forme de régulation particulière développée par des acteurs de la société civile et qui a le potentiel d'influencer l'encadrement traditionnel, soit la régulation étatique. Pour observer si la certification forestière, développée par les groupes environnementaux, modifie l'environnement régulateur des entreprises, je me pencherai sur le cas particulier du Québec.

Méthodologie

La recherche consiste en une étude de cas sectoriel, qui se concentre sur la certification forestière au Québec. Les résultats de cette recherche ont été produits suivant un

processus inductif, c'est-à-dire que les données émergent du terrain. Cette étude a été réalisée de manière empirique en effectuant 15 entrevues semi-dirigées auprès des acteurs de la certification forestière au Québec. Le corpus a été défini dans une vision systémique, de façon à intégrer les points de vue des catégories d'acteurs reliés à la certification forestière et à la régulation soit le gouvernement, les entreprises et les ONGE. Les résultats sont donc basés sur la représentation des acteurs impliqués de près (entreprises, ONGE) ou de loin (gouvernement) dans l'implantation ce moyen régulateur. L'échantillon est composé de 5 entrevues auprès des entreprises forestières, 5 entrevues auprès du gouvernement québécois et 5 entrevues auprès des groupes environnementaux. Le choix des interviewés est basé sur leur implication dans le dossier de la certification forestière au Québec. Plus particulièrement pour les entreprises, les entretiens ont été effectués auprès des compagnies qui ont implanté un ou plusieurs systèmes de certification. Une analyse de contenu assistée par le logiciel Atlas-Ti a été effectuée pour faire émerger les faits saillants des entretiens.

Particularités du secteur forestier québécois

Plusieurs raisons sous-tendent le choix du secteur forestier québécois comme « lieu » d'observation du phénomène étudié. Tout d'abord, les compagnies implantent de façon croissante la certification sur les terres forestières, ce courant vers la certification est observable et nécessite qu'on s'y attarde (Coalition canadienne pour la certification de la foresterie durable, 2003). Ensuite, d'une optique régulatrice, une grande portion des terres forestières du Québec sont publiques et sont gérées par le gouvernement provincial. Ainsi, parallèlement à la gestion étatique des forêts, s'ajoute une régulation dite « privée », on observe alors deux mécanismes de régulation qui se chevauchent et qui peuvent s'entrecroiser et s'influencer. De plus, le secteur de la foresterie au Québec revêt une importance capitale. En effet, ce domaine économique supporte 90 000 emplois directs et indirects et compose le moteur d'activités principal pour 250 municipalités situées en région (Ministère des Ressources naturelles, de la Faune et des Parcs, 2003). Ajoutons que l'exploitation de la forêt fournit 20 milliards en exportation et représente

10% du PIB de l'économie québécoise (Ministère des Ressources naturelles, de la Faune et des Parcs, 2003).

La majeure partie des terres publiques au Québec est vouée à l'exploitation forestière, ce sont les compagnies qui, par l'entremise de contrat de coupes, récoltent la matière ligneuse (Ministère des Ressources naturelles, de la Faune et des Parcs, 2003). L'extraction du bois s'est accentuée au cours des dernières décennies, depuis 1975, on dénote une augmentation de 123% des superficies soumises à l'exploitation forestière (Global Forest Watch Canada, 2003). Suite à l'extraction croissante des arbres sur le territoire, le Québec est présentement confronté à une diminution de la quantité de bois disponible (Global Forest Watch Canada, 2003). Ce problème a été plus largement divulgué auprès de la population québécoise en 1999, suite à la diffusion du documentaire « L'erreur boréale » réalisé par Richard Desjardins. Dès lors, l'exploitation intensive fait par les compagnies forestières avec l'accord du gouvernement québécois a enflammé le débat social. Depuis, on assiste à une crise de confiance en matière de gestion des forêts au sein de la société québécoise qui accuse le gouvernement d'une gestion douteuse et partisane et les entreprises de piller le territoire.

Le secteur forestier québécois rejoint le contexte décrit concernant la prédominance des intérêts des entreprises dans les prises de décision gouvernementale. Le puissant lobby des grandes corporations fait en sorte d'intégrer les intérêts corporatifs au sein du cadre légal au détriment d'autres demandes, entre autres provenant des groupes qui font la promotion de la protection et de la conservation du territoire (Côté, 2002). Face à cette situation, la société civile s'éveille et revendique un changement d'attitude à l'égard de la gestion des forêts et du « favoritisme » envers les entreprises. D'un autre côté, les firmes forestières implantent progressivement la certification qui vise l'intégration volontaire de critères environnementaux et/ou sociaux dans leur gestion (Coalition canadienne de foresterie durable, 2003). On passe ainsi à l'extérieur de l'État québécois pour se diriger vers un aménagement forestier durable. Le gouvernement qui est le principal responsable de la gestion des terres forestières semble devenir, à travers cette régulation privée, un acteur « externe » dans la protection environnementale, pourtant l'État québécois

demeure l'instance régulatrice légitime pour l'encadrement des activités commerciales du secteur forestier. Face à ce portrait, est-ce que l'implantation de la certification engendre des modifications dans la régulation des entreprises forestières au Québec? Est-ce que les groupes environnementaux, à travers la certification, contribuent à réguler le comportement des firmes en matière d'environnement? Les résultats offrent des réponses positives aux questions soulevées.

Résultats

Afin de bien voir les modifications engendrées par l'intégration de la certification forestière, les résultats seront présentés dans un premier temps par groupe d'acteurs (entreprises, ONGE, gouvernement). Ensuite nous les ferons converger pour faire émerger un portrait global des modifications actuelles.

Entreprises

Dans un premier temps, il est à noter que présentement, ce sont surtout les grandes corporations qui vont vers cette nouvelle option régulatrice, puisque ce sont elles qui subissent le plus de pression de la part des associations environnementales. Les grandes entreprises sont visées pour leurs pratiques et se font presser par certaines ONGE, dont Greenpeace, de modifier leurs modes d'exploitation. D'ailleurs, si l'on regarde l'évolution de l'adhérence à la certification au Canada, on s'aperçoit que le Québec a du « retard » en terme de quantité d'hectares certifiés lorsqu'on le compare à l'ouest canadien (Coalition canadienne pour la certification de la foresterie durable, 2003). L'explication de ce délai suit la logique des groupes de pression qui ont débuté leurs campagnes pour les forêts humides de l'ouest pour ensuite se déplacer vers la forêt boréale. On ne peut alors dissocier l'impact des groupes de pression et l'expansion de la certification au Québec.

On perçoit également que les ONGE sont présentes lorsque les firmes forestières intègrent un système de certification. Les entreprises s'associent avec des organisations environnementales, en particulier au Québec avec le Fond mondial pour la nature, pour

faciliter l'implantation de certains systèmes de certification, dont le FSC. En effet, le FSC exige qu'une portion du territoire certifié soit protégée de façon à préserver la biodiversité spécifiquement dans les zones à haute valeur écologique. Le Fond mondial pour la nature travaille de concert avec certaines grandes entreprises pour cibler ces aires à préserver. Un partenariat se développe donc entre les ONGE et les entreprises, basé sur un besoin d'expertise dans la mise en place de ce nouveau moyen régulateur.

Toutefois, bien que les entreprises reçoivent un support de la part de certaines organisations pour l'implantation des certifications, elles éprouvent des difficultés à satisfaire en même temps les critères des normes privées et la législation gouvernementale. À cet effet, quelques exigences des certifications forestières vont à l'encontre de la législation nationale, ce qui engendre une tension entre le respect des normes privées et publiques. Prenons un exemple concret pour illustrer cette situation. La norme du FSC nécessite que l'entreprise adhérente laisse une portion des forêts pour des fins de conservation. Par contre, la distribution des aires de coupe effectuée par le gouvernement québécois fait en sorte que plusieurs entreprises oeuvrent sur un même territoire. Conséquemment, un espace non exploité par une firme, peut être récolté par une autre, annulant ainsi les efforts de préservation. De plus, une entreprise qui exploite en deçà de la quantité fixée par le gouvernement se soumet à des sanctions de la part de ce dernier. Les entreprises éprouvent donc des difficultés à se conformer à la fois aux critères des normes privées et au cadre légal. De ce fait, les firmes exercent une pression auprès du gouvernement pour que ce dernier considère leurs difficultés et qu'il s'adapte à ce nouveau moyen régulateur. En ce sens, les corporations demandent que la législation gouvernementale soit ajustée en fonction des exigences des certifications. Un fait à noter est que plusieurs critères des normes privées, surtout du FSC, vont au-delà des exigences requises par la loi provinciale. La connexion entre ces deux formes de régulation peut alors mener à des contraintes légales plus strictes.

Les ONG environnementales

Le but premier des ONGE impliquées dans la certification forestière est la préservation des forêts et implicitement de la biodiversité qui l'habite. On vise une augmentation des

aires protégées, et une modification dans les techniques d'exploitation forestière. Afin d'inciter les entreprises à changer certaines pratiques, les ONG utilisent une double stratégie. Premièrement, les grandes associations environnementales pressent les corporations à adopter un système de certification, en l'occurrence celui du FSC, et cela sous la menace de campagnes de dénigrement. D'un autre côté, les firmes ayant décidé d'implanter les normes privées peuvent profiter de l'expertise d'autres groupes, dont le Fond mondial pour la nature, allant cette fois dans le sens du partenariat.

Ces groupes agissent auprès des firmes forestières pour accélérer l'implantation de nouvelles pratiques plus écologiques et respectueuses de l'environnement. En effet, l'intégration des revendications écologistes à l'intérieur du cadre législatif avance lentement puisque les efforts des lobbies environnementaux sont souvent freinés par les changements de gouvernements. L'avantage d'agir directement auprès des compagnies réside dans la rapidité avec laquelle les changements s'opèrent. La certification permet donc de transformer les comportements des entreprises sans subir les délais encourus par le processus d'élaboration des lois et règlements.

La certification permet également de consolider les liens entre l'entreprise, les ONG et les différentes parties prenantes touchées par l'exploitation industrielle. En effet, en plus de formaliser la relation avec le Fond mondial pour la nature, la certification permet aux parties intéressées reliées aux activités des firmes de faire entendre leurs revendications et leurs préoccupations à travers un mécanisme de participation publique. Les critères qui composent les normes privées doivent faire l'objet de négociations entre les multiples acteurs, ce qui permet aux personnes concernées de faire valoir leurs intérêts directement auprès de l'entreprise. Ce système structure et officialise donc les relations sociales développées par les firmes.

Le gouvernement

Du côté du gouvernement, on observe que ce dernier s'inscrit en marge du processus de certification, mais son rôle demeure central dans la régulation des entreprises. À ce niveau, la certification, bien qu'elle se situe en parallèle à la régulation étatique, ne se

substitut pas à l'État. Toutefois, ce mode de régulation privé influence le développement des normes gouvernementales qui définissent l'aménagement forestier durable et joue sur l'ajustement du cadre légal entourant la gestion forestière. Ceci est causé par les requêtes des grandes entreprises pour que la législation concorde avec l'implantation des systèmes de certifications. Donc, le jeu des acteurs qui prend forme à l'extérieur des barrières étatiques vient influencer en bout de ligne l'encadrement gouvernemental en matière de foresterie. Ainsi, le gouvernement est l'acteur qui réagit en dernier lieu.

Les ONG, les entreprises et le gouvernement, un jeu d'influence mutuel

Si l'on dresse un portrait global des résultats ci-haut énoncés, on perçoit un effet d'entraînement entre les différents acteurs qui est engendré par le développement de la certification. Dans un premier temps, les ONG environnementales pressent sur les entreprises pour qu'elles adoptent une certification et d'autres groupes viennent en aide aux entreprises dans l'implantation de certains aspects de la certification, dont l'établissement de zones protégées. On assiste alors au développement d'un partenariat entre les firmes forestières et les associations environnementales. Dans un second temps, les firmes qui adhèrent au mode de régulation éprouvent cependant des difficultés de conformité au niveau des normes privées et de la législation gouvernementale. Ainsi, les compagnies agissent auprès du gouvernement pour que ce dernier modifie le cadre régulateur actuel de façon à faciliter l'implantation des certifications. Finalement, le gouvernement est appelé à intervenir en dernier lieu suite aux requêtes des firmes qui oeuvrent sur le territoire québécois et qui désirent bénéficier de la certification tout en respectant les exigences légales.

Conclusion

À la lumière de ce qui a été énoncé, on peut affirmer que la certification est un moyen de régulation qui permet à des acteurs de la société civile de s'immiscer dans la régulation des entreprises. L'étude du secteur forestier démontre effectivement que les ONG environnementales viennent contribuer à l'encadrement des firmes à travers la certification forestière, et cela de plusieurs façons. Premièrement, elles agissent auprès

des entreprises pour que ces dernières adoptent des critères d'aménagement forestier durable dans leur gestion. Cela modifie le comportement des firmes qui doivent changer des aspects leurs pratiques pour obtenir leur certification. Les entreprises qui adhèrent au système de certification peuvent profiter d'un marché « vert » en expansion et évitent aussi les campagnes négatives des grandes ONGE. De plus, un partenariat entre le Fond mondial pour la nature et certaines compagnies se créer et cette alliance contribue également à l'incorporation des valeurs environnementales à l'intérieur des firmes.

À un deuxième niveau, la régulation des entreprises est touchée par l'impact de la certification sur la législation gouvernementale. Bien que le gouvernement soit à première vue en marge du processus, l'implantation de la certification par les entreprises influence le cadre légal et normatif. La tension qui existe entre les règles privées et les contraintes législatives incite les compagnies à faire pression auprès de l'État pour modifier certains aspects de la loi. Il est important de souligner que les changements législatifs demandés vont plutôt vers un accroissement des exigences qui entourent les activités corporatives. Ces résultats s'inscrivent dans le sens d'Elliott qui pose la certification forestière comme un moyen permettant l'accélération des modifications législatives (Elliott, 2003). Ainsi, des modifications au niveau des normes et de la législation dans le secteur forestier sont à prévoir au Québec. Les acteurs de la société civile, à travers la certification, sont donc un vecteur de changement qui vise l'intégration d'aspects environnementaux et sociaux en foresterie et, sans se substituer au gouvernement, ils contribuent à réguler le comportement des entreprises en foresterie.

Bibliographie

Beck, Ulrick. 1986. « Logique de la répartition des richesses et logique de la répartition du risque ». Chap. in *La société du risque : sur la voie d'une autre modernité*. P. 35-90. Paris : Aubier.

Cashore, Benjamin. 2002. « Legitimacy and the Privatization of Environmental Governance : How Non-State Market-Driven (RMNÉ) Governance Systems Gain Rule-Making Authority ». *Governance: An International Journal of Policy, Administration, and Institutions*. Vol 15, No 4, p. 503 à 529.

Coalition canadienne de la certification de la foresterie durable. 2003. « Canadian Forest Management Certification Status Report, Quebec » En ligne. <http://www.sfms.com/pdfs/csocco.pdf>. Consulté le 30 janvier 2004.

Côté, Marc-André. 2002. « Impacts de l'implication du public dans la gestion forestière en haute-mauricie (Québec) ». Thèse de doctorat, Québec, Université Laval, 154 p.

Elliott, Christ et Rodolphe Schlaepfer. 2003. « Global Governance and Forest Certification: A Fast Track Process for Policy Change ». *Dans Social and Political Dimensions of Forest Certification*, Sous la dir. de Errol Meidinger, Christ Elliott et Gerhard Oesten, p.199-218. Verlag :www.forstbuch.de

Global Forest Watch Canada. 2003. « Canada's Commercial Forest Tenures, 2003: Background and Summary Report » En ligne. http://www.globalforestwatch.ca/tenure/forest_tenure_2003.pdf. Consulté le 20 avril 2004.

Guéneau, Stéphane. 2001. « La forêt tropicale entre fourniture de bien public global et régulation privée, quelle place pour l'instrument certification? » En ligne. <http://www.solagral.org/mondialisation/bpg/foret%5Fbpg%5F0901/index.htm> Consulté le 10 janvier 2003.

Haufler, Virginia. 2003. « New Forms of Governance : Certification Regimes as Social Regulations of the Global Market ». *Dans Social and Political Dimensions of Forest Certification*, Sous la dir. de Errol Meidinger, Christ Elliott et Gerhard Oesten, p.237-248. Verlag :www.forstbuch.de

Meidinger, Errol E. 2003. « Forest certification as a global civil society regulatory institution ». *Dans Social and Political Dimensions of Forest Certification*. Sous la dir. de Errol Meidinger, Christ Elliott et Gerhard Oesten, p.265 à 290. Verlag :www.forstbuch.de

Micheletti, Michele. 2003. « Why political consumerism? », in *Political virtue and shopping : individuals, consumerism, and collective action*, p. 1-36. New York: Palgrave Macmillan, 247 p.

Offe, Claus. 2000. « Civil society and social order : demarcating and combining market, state and community ». *Archives européennes de sociologie*. Vol 41, no 1, p. 71-94.

Québec, Ministère des Ressources naturelles, de la Faune et des Parcs. 2003. *La nature du Québec une expérience à partager*. Québec : Gouvernement du Québec.

La certification dans le secteur forestier : qui en profite réellement ?

Par Marc-André Lafrance

1. Du boycott à la certification

Vers le milieu des années 1980, la dégradation des forêts tropicales souleva l’opinion publique autant au Nord qu’au Sud. Différentes catégories d’acteurs se mirent alors à la recherche de solutions pour la sauvegarde des forêts tropicales. Les premiers à réagir ont été des groupes écologistes et des citoyens qui les appuyaient par des dons en temps et en argent. Ils ont fait de la pression sur les gouvernements et ont développé divers projets pour venir à la rescousse de cette biodiversité (Smouts, 2001). Les organisations internationales, intergouvernementales et les gouvernements nationaux ont également développé une multitude de programmes pour venir en aide à ces forêts, notamment les «programmes intégrés de développement durable – conservation des forêts». En 1992, on croyait bien que du sommet de la terre en Rio résulterait une politique mondiale pour les forêts. Toutefois, les négociations pour la mise en place d’une telle politique échouèrent. Parallèlement à ces négociations, les gouvernements nationaux et les organisations non gouvernementales de l’environnement (ONGE) du Nord ont entamé un processus de boycottage du bois tropical. L’idée du boycott émergea comme la seule solution possible étant donné la désillusion des ONGE face aux politiques gouvernementales pour les forêts tropicales considérées comme inefficaces et lentes, au peu de résultats des initiatives internationales, qui ont vu leur financement baisser à partir du milieu des années 1990¹ et aux pratiques non durables de l’industrie (Bass *et al.*, 2001). Cependant, les règles du commerce international rendaient l’action des gouvernements illégale et les boycotts avaient des répercussions négatives (Bartley, 2003 ; Smouts, 2001). En effet, la perte de valeur du bois résultant de la baisse de la demande a incité les habitants des régions forestières à convertir des forêts en terres agricoles. Il fallait donc trouver un

¹ Entre 1990 et 1996, l’aide internationale consacrée aux forêts a baissé de 2181 millions de dollars américains à 1320 millions de dollars américains (Smouts, 2001).

autre moyen pour protester contre les pratiques non durables de l'industrie forestière tropicale. On se tourna alors vers un mécanisme qui permettrait, grâce au pouvoir du marché, de changer le paradigme actuel de l'industrie pour l'amener vers un paradigme d'aménagement forestier durable, soit la certification des forêts.

La certification environnementale des forêts est une vieille pratique qui date de 1941 aux Etats-Unis (Bouslah, Lafrance et Maurais, 2004). Des fermiers forestiers s'étaient alors regroupés pour créer le American Tree Farm System ; ils voulaient faire la promotion du respect de la nature et de la pérennité des terres forestières auprès de leurs compères. Une ferme forestière pouvait donc planter des pratiques respectueuses des écosystèmes et recevoir une bannière de l'American Tree Farm System suite à une inspection par un forestier volontaire. Le concept était donc né, mais ce n'est que vers la fin des années 1980 avec l'apparition de la certification Smart Wood du Rainforest Alliance une organisation non gouvernementale de l'environnement (ONGE) américaine, qu'il se développa véritablement (Cashore, 2003). Quelques forêts se sont certifiées sous ce système. En 1990, l'idée fit chemin jusqu'à d'autres ONGE de l'environnement, dont les très connues Greenpeace et Fond mondial pour la nature (WWF). Ils demandèrent tout d'abord à l'Organisation internationale du bois tropical (OIBT) de créer un mécanisme de certification, mais les pays tropicaux ne voulaient pas être les seuls à se faire imposer certaines pratiques ; ils s'opposèrent donc à cette initiative que les ONGE avaient fait relayer à l'OIBT par le gouvernement britannique (Bartley, 2003). Les ONGE se lancèrent alors à leur tour dans un processus de création d'une organisation qui chapeauterait le développement de certifications régionales. Ainsi était né ce qui allait devenir le Forest Stewardship Council (FSC).

2. Le Forest Stewardship Council

C'est véritablement l'apparition du Forest Stewardship Council en 1993 qui donna une impulsion au mouvement de la certification forestière. La diffusion de la certification connaît par la suite une progression rapide, si bien qu'aujourd'hui c'est un des principaux instruments des efforts internationaux en matière de protection des forêts (Guéneau,

2001). Plusieurs ONGE, Fond mondial pour la nature (WWF) en tête, sont à l'origine de l'apparition du Forest Stewardship Council. Les négociations débutèrent en 1990 entre des ONGE, des organisations de travailleurs forestiers et des détaillants «faîtes le vous-même»². Dans les mois qui suivirent, des forestiers, des organismes autochtones, des industriels et des groupes sociaux se sont également joints au processus. Ainsi, en 1993 lors du dévoilement du FSC à Toronto au Canada, plus de 130 représentants de tous les secteurs de la foresterie, sauf du gouvernement³, étaient présents pour définir ce que serait le FSC (Forest Stewardship Council, 2004). Toutefois, plusieurs gouvernements tout en ne pouvant être membre du FSC, aidèrent à son développement à l'aide de dons⁴.

Ils ont définis une mission pour l'organisme qui est de promouvoir une gestion des forêts mondiale étant «écologiquement appropriées, bénéfique socialement et viable économiquement» (FSC, 2002). Les membres du FSC, en se basant sur cette mission, ont développé des principes et critères de gestion durable. Les principes du FSC touchent des aspects tel le respect des lois, les droits et responsabilités foncières et usages, les droits de peuples indigènes, les droits des ouvriers, les relations avec les communautés, les impacts sur l'environnement, le plan d'aménagement et le maintien des forêts ayant une grande valeur de conservation. Les neuf premiers principes ont été divulgués en 1994 et deux ans plus tard un 10^e principe a été ajouté pour répondre aux besoins spécifiques des plantations. Dès 1993, une première unité de gestion forestière (UGF) était certifiée par le FSC et trois ans plus tard, en 1996, les premiers produits certifiés FSC firent leur apparition sur les tablettes des détaillants (Bass *et al.*, 2001). À l'hiver 2004, **567** certificats avaient été émis dans **59** pays, pour un total de **40 422 684** d'hectares de forêts certifiées FSC à travers le monde.

3. Deux renversements

² Librement traduit de l'expression anglaise « Do It Yourself », qui représente des détaillants comme Home Depot et B&Q Kingfisher.

³ Les gouvernements ne peuvent être membre du FSC, ils peuvent cependant agir à titre d'observateurs lors des négociations des critères régionaux du FSC.

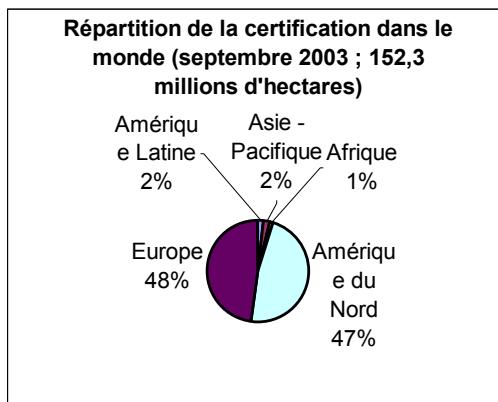
⁴ Soulignons ici le cas du gouvernement autrichien qui lorsqu'il constata qu'il ne pouvait, selon les règles du commerce international, boycotter les bois tropicaux décida de financer le FSC (Bartley, 2003, p.).

La certification des forêts est un mécanisme de régulation privée basé sur le marché (Bartley, 2003). Les partisans et promoteurs de ce mécanisme espèrent donc arriver à réguler le secteur des produits forestiers à travers l'un des moyens offert par le marché, soit la présence d'information sur les produits. Pour cela, le FSC et plusieurs des autres certifications qui ont suivi son apparition, dont nous parlerons plus loin, apposent un label sur les produits originaires des opérations qu'ils ont certifiées. Ainsi, ce label informera le consommateur que le produit qu'il achète provient d'une opération forestière qui est gérée de manière conforme aux principes de l'organisme certificateur qui a apposé son logo sur le produit. On mise sur une certaine personnalisation de la relation entre l'individu et la forêt (Smouts, 2001). Dans ces conditions, pour que la certification fonctionne et puissent s'épanouir comme objet de régulation, il faut que le consommateur agisse comme un consommateur « responsable » et qu'il accepte de payer une prime pour l'achat d'une produit labellisé durable et d'exclure les produits non certifiés de ses achats. Or, les études qui se sont intéressées au rôle des consommateurs dans la certification forestière arrivent toutes à des conclusions semblables : ils ne sont pas très enclins à payer une prime pour un produit forestier certifié (Aguirre, 1997 ; Teisl et al., 2002 ; Andersen et Hanson, 2003). Tout au plus, le consommateur acceptera de payer une prime lorsque le produit n'est pas dispendieux, comme pour du papier (Teisl et al., 2002). À tout le moins, s'ils n'ont pas de prime à payer, les consommateurs de produits forestiers favorisent l'achat de produits respectueux de l'environnement (Teisl et al., 2002 ; Andersen et Hanson, 2003).

Toutefois, en dépit de ce désintérêt des consommateurs, la certification est toujours présente et se taille même une place de plus en plus grande dans la régulation de la foresterie. En effet, depuis la création du FSC, plus d'une vingtaine de schéma de certifications sont apparus un peu partout dans le monde et d'autres sont toujours en développement (Bass, 2001). La progression du nombre d'hectare certifié est fulgurante depuis le début du 21^e siècle. De fait, entre janvier 2002 et septembre 2003 le nombre d'hectare certifié est passé de 109 millions d'hectares à 152 millions d'hectares, une

augmentation d'environ 40% (OIBT, 2002 ; Amha, 2003)⁵. La majorité de ces hectares est cependant située en forêts tempérées et boréales, là où les problèmes de déforestations sont inexistant⁶. Ainsi, en date de septembre 2003, moins de 5% des hectares de forêts certifiées étaient dans des pays en voie de développement où se situe la majorité des forêts tropicales et ce pourcentage se réduit si on inclut ISO 14001.

Figure 1



Source : Amha, 2003

Deux grands renversements se sont donc produits depuis les débuts du FSC. En effet, peu des forêts certifiées sont aujourd'hui situées dans des pays en voie de développement, où sont concentrées les forêts tropicales, alors qu'à son origine la certification forestière devait surtout venir en aide à ces régions. Le second renversement concerne le refus des consommateurs de payer une prime pour des produits forestiers certifiés, alors que les instigateurs de la certification forestière prévoyaient que ce serait le cas et que cette prime servirait à récompenser les unités de gestion forestière qui adoptent des pratiques durables. Ainsi, la certification n'a pas rempli ses promesses de départ pour les forêts tropicales, ce qui pourrait nous faire croire qu'elle est en déclin. Or, comme nous l'avons vu la certification s'impose de plus en plus comme moyen de régulation dans le secteur forestier. De plus, l'ensemble des parties prenantes du secteur forestier a adopté des positions face à cet outil et s'est impliqué dans son développement.

⁵ Ces chiffres n'incluent pas les hectares sous contrôle des opérations certifiées sous le système de gestion environnemental ISO 14001.

⁶Ceci ne veut pas dire qu'il n'y a pas de problèmes de dégradation des forêts.

4. Théorie de la régulation et certification forestière

Selon le cadre d'analyse régulationniste de la problématique environnementale qu'a développé Gendron (2001), l'environnement participe à l'éclatement des anciens compromis institutionnalisés auxquels étaient parvenus nos sociétés. La crise de la régulation que l'environnement engendre, amène le besoin nouveau de compromis institutionnalisés qui se feront à travers des luttes sociales entre les différents acteurs concernés, qui ne visent plus à se positionner selon un ordre établi, mais bien à transformer cet ordre en fonction d'un nouveau paradigme sociétal (Gendron, 2001, p.115). En outre, ces luttes autour de l'environnement se font en fonction d'asymétrie de pouvoir, de divergences et de conflits d'intérêts (Gendron, 2001, p.103). La certification étant selon nous une illustration d'une tentative d'en arriver à un nouveau compromis institutionnalisé dans le secteur de la foresterie, suite à la grande crise qu'il a vécu dans les années 1980, son développement entraînera des luttes sociales. Ainsi, nous formulons que première hypothèse que le succès de la certification repose plus sur sa capacité à canaliser les luttes sociales et les conflits d'intérêts que sur son efficacité réelle à imposer une gestion durable des forêts. En effet, ce mécanisme permet aux luttes sociales de se concentrer à un endroit bien précis. Comme ces luttes se font en fonction d'asymétrie de pouvoir, nous formulons comme sous hypothèse que certains acteurs du milieu forestier ont profité de son apparition dans la régulation des forêts et que c'est pourquoi ils ont favorisé son expansion. Pour cette communication nous avons donc réalisé une analyse des discours de certains acteurs du milieu forestier sur la certification forestière, afin de circonscrire les positions qu'ils prennent en ce qui concerne ce mécanisme et vérifier la validité de notre hypothèse. Cependant, le manque d'espace limitera le nombre d'acteurs abordé, nous nous concentrerons ici sur les détaillants de produits forestiers et sur les ONGE⁷.

5. Pressions sur les détaillants

⁷ Les résultats présentés dans cette communication sont préliminaires, ils seront complétés dans un mémoire de maîtrise que nous préparons actuellement.

Avant de plonger dans les résultats de notre analyse de discours nous devons faire un passage obligé sur les stratégies que les grandes ONGE ont utilisées pour mousser la demande de produits certifiés. Nous serons alors en meilleure position pour comprendre les positions exprimées par les représentants de cette catégorie lors de leurs discours sur la certification.

Lorsqu'ils ont constaté que l'intérêt des consommateurs à payer une prime pour un produit certifié était mince et que des efforts supplémentaires et probablement à long terme étaient nécessaires avant de modifier ce fait, les ONGE ont élaboré d'autres stratégies pour augmenter les ventes de produits forestiers certifiés⁸. De fait, elles ont décidé de cibler les détaillants, contracteurs et gros acheteurs de bois comme vecteurs potentiels d'une augmentation de la demande de produits certifiés. La cible principale était les gros détaillants «faites le vous même» de produits forestiers tels Home Depot et B&Q Kingfisher. Deux stratégies différentes ont alors été développées, une première que l'on peut qualifier de « collaboration » et une seconde de « diffamation ». Le WWF est la principale organisation derrière la stratégie de collaboration (Smouts, 2001). En effet, ils ont créé, dans différents pays, des groupes d'acheteurs de produits forestiers certifiés, composés d'importateurs, de détaillants, de contracteurs, de fabricants de meubles, etc. Le premier groupe créé, le WWF95+ a vu le jour en Angleterre en 1991 (Bartley, 2003). Ces groupes d'achats se sont engagés à acheter du bois provenant de source durable. Plus récemment, un réseau de groupes a été mis sur pied, le *Global forest trade network*, qui est composé de 15 groupes d'achats nationaux et de plus de sept cents sociétés membres (CertifiedWood, 2004).

L'autre stratégie, celle de « diffamation », a été portée principalement par l'organisation *ForestEthics* et ses alliés du *Rainforest Action Network* et du *Natural Resources Defense Council* :

⁸ En plus de ce constat, il faut mentionner qu'ils ont relevé que le marché du bois était très complexe et qu'une grande partie du bois vendu n'était pas acheté par un individu, mais bien par des organisations telles que les gouvernements, municipalités et les contracteurs.

The principle that we have learned is that corporate customers place a great deal of value on their brand image. When the image is threatened by environmental groups as not environmentally-friendly, they are willing to put pressure on their suppliers or change suppliers. The customer ultimately is always right (Michael Marx, ForestEthics, 2002).

La stratégie de «diffamation» a donc consisté en une campagne de pression auprès de grands détaillants Nord-Américain comme Staples et Home Depot afin qu'ils s'engagent à acheter des produits forestiers certifiés. Pour cela, ces ONGE ont incité leur supporteurs à protester devant les magasins de ces chaînes et ont fait des campagnes pour informer les clients de ces détaillants sur les mauvaises pratiques qu'ils ont en matière d'approvisionnement. Les gros détaillants visés par cette campagne ont donc ultimement développé de nouvelles politiques d'achats et entraîné dans leurs suites les plus petits détaillants de leur secteur. Ils se sont alors engagés à favoriser l'achat de produits forestiers provenant de source durable et à ne plus acheter de bois provenant de forêts menacées : « Cédant aux pressions d'une intense campagne de militants écologistes, le géant américain des fournitures de bureau Staples, propriétaire au Canada des chaînes Bureau en Gros et Office Depot, a annoncé qu'elle vendrait de plus en plus de papier recyclé et qu'elle favoriserait les pratiques forestières dites "certifiées" » (Côté, 2002). Ce type de campagne a également été étendu à d'autres secteurs comme celui des transformateurs et des contracteurs en construction de bâtiments.

On a donc réussi à créer une demande pour la certification en misant sur d'autres acteurs de la chaîne de valeur que le consommateur final. Les deux stratégies des ONGE ont connu un grand succès et la demande pour des produits forestiers certifiés est en augmentation constante grâce à la pression que les détaillants et autres acteurs font sur leurs fournisseurs pour obtenir de tels produits (Ramesteiner et Simula, 2001). Ainsi, la logique de départ de la certification a tranquillement évolué vers une situation où ce sont d'autres acteurs qui moussent la demande pour la certification. Toutefois, en dépit de leur engagement à n'acheter que du bois certifié, les détaillants et autres acheteurs de produits forestiers certifiés ne paient pas pour le moment de prime pour la présence du logo. Les coûts inhérents à la certification incombent donc aux producteurs. En outre, les producteurs doivent assumer les coûts de la certification puisqu'elle est devenue une

condition *sine qua non* d'accès à plusieurs secteurs du marché grâce au succès de la campagne des ONGE. Cette nouvelle «barrière à l'entrée» est une exigence particulièrement difficile à atteindre pour les petits producteurs du Sud (Smouts, 2001).

6. Les détaillants et la certification

Pour les détaillants la certification est donc devenue une façon de faire du marketing vert et de mettre de leur côté les ONG. Ils peuvent alors limiter leur engagement en matière d'environnement sur le plan des achats à l'exigence d'une certification de gestion durable auprès de leurs fournisseurs :

«We began our quest for sustainable forest products as early as 1993, with purchases from the certified forest of Collin Pines, located in California...in 1996 we were the co-winners, with Collin Pines, of the President's Award for sustainable development, because of our issues and because of our drive for sustainable forestry» (Ron Jarvis, 2002).

De plus, ils n'ont plus à subir de campagne de boycottage ou de diffamation de la part des ONGE, car ils sont désormais du même côté qu'eux, celui des défenseurs de l'environnement :

«In a three year cooperation, WWF and IKEA, side by side, will carry out a series of forest projects that will contribute to the development of a global tool kit on forestry issues and promote responsible forestry on the ground in the priority regions. By strengthening multi-stakeholder forest certification and management...the projects are important steps in implementing Ikea's forest action plan and achieving WWF conservation goal » (Stenmark, 2002).

Ils ont également influencé le développement de la certification :

Well, back in 1991, there was no definition which we could use as a buyer, of what even a well managed forest was. And so we're in this sort of intellectual vacuum on how as a buyer could ensure the timber we were buying was from well managed forest (Knight, 2002).

Pour les détaillants, la certification a donc permis de fixer un endroit où ils pourraient concentrer leurs efforts en matière de gestion durable des forêts et d'améliorer leur image auprès de leurs clients et des ONGE. Ainsi, sans augmenter le coût de leurs achats, ils

peuvent profiter de l'image verte qui accompagne la vente de produits forestiers certifiés. Néanmoins, certains détaillants ont modifié pour le mieux leurs pratiques d'approvisionnement :

«At that point we got in touch with our vendors, and said, ok we've identified this product, we want to know where it comes from... we want to know the common name, the country, the region, everything that we can't find out about it» (Ron Jarvis, 2002).

7. Les ONGE et la certification

Si les détaillants ont réussi à trouver un moyen de profiter de la certification, ceux qui ont insisté pour qu'ils emboîtent le pas, ce sont les ONGE, elles doivent donc elles aussi y voir des avantages. Selon elle, la certification est un des meilleurs moyens afin de favoriser une gestion durable des forêts. Évidemment, c'est la certification qu'elles ont collaborées à mettre sur pied qui est la plus efficace :

«So the second implication is clearly, if you're going to buy from non-endangered forest, buy FSC»(Marx, 2003) «WWF thinks the FSC standards are far and above the best practices out there (Yeager, 2001).

En collaborant avec les détaillants et en mettant de la pression sur eux, ils s'assurent qu'ils adopteront leur certification, la FSC, s'ils veulent éviter la controverse. Ainsi, ils aident leur schéma à gagner en popularité et à devenir la référence en matière de certification forestière. Ils peuvent alors présenter le succès du FSC à leurs membres comme étant le leur :

«FSC has produced major successes over its 8 years lifetime. Over 750 companies worldwide, including the Home Depot, Ikea and the Kingfisher Group, have adopted purchasing policies that give preference to FSC-labelled product. Over 20 million hectares of forest land in 30 countries has been certified under the FSC since 1994» (Yeager, 2001).

Selon nous, ces résultats concrets et chiffrés démontrent l'efficacité des ONGE à leur membre et sécurisent alors leur financement.

Par ailleurs, les alliances avec les détaillants permettent, selon Smouts (2001, p.301), aux ONGE de voir «leur action légitimer par la reconnaissance du négoce». Les ONGE sont donc désormais des partenaires des détaillants et de l'industrie du secteur forestier :

«and forest companies, industries, and NGOs , need to get on the same page and we need to sit down instead of engaging in this much controversy and conflict as we have in the past» (Marx, 2003).

Cette situation leur donnera un plus grand pouvoir dans la régulation du secteur forestier, et leur permettra d'institutionnaliser leurs préoccupations, car l'industrie ne veut pas que ce partenariat éclate⁹ :

What are the implications for producer and consumer companies ? I think the implications are that companies need to avoid controversy, and how do they avoid controversy. First they need to avoid purchasing wood and paper products from endangered forest» (Marx, 2003).

Le positionnement des ONGE concernant la conservation des forêts menacées s'immisce alors dans le secteur forestier par le pouvoir que la certification a conféré aux ONG dans le secteur forestier. Elles ont donc désormais un plus grand rôle dans le développement des normes régulatrices et peuvent satisfaire leurs membres en montrant l'augmentation du nombre d'hectares certifiés sous leur schéma, le FSC. Cependant, il faut souligner que les ONGE ne forme pas un bloc homogène et que plusieurs d'entre-elles n'appuient pas la certification :

«La certification contient des paradoxes irréconciliables. Son premier principe est le respect des lois et son second les droits des peuples autochtones. En Malaisie, les lois ont historiquement été à l'encontre des droits des autochtones, cette contradiction nous a fait nous retirer du processus de développement du schéma de certification malaisien» (Arriflin, 2004).

Enfin, en dépit de leurs nouvelles alliances avec les détaillants de produits forestiers, les ONGE continuent à mettre de la pression sur ceux-ci pour qu'ils ne se contentent pas de seulement acheter du bois certifié :

⁹ Les ONGE sont également prisonnière de ces partenariats, elles ne sont plus en position d'attaquer des entreprises partenaires.

«I also want to note at this point that buying FSC is not enough to avoid controversy. In fact it is very possible that a company could be doing all the right logging with FSC certification in all the wrong places» (Marx, 2003).

8. Les ONGE et les détaillants ont-ils avantage à contribuer au développement de la certification ?

Comme nous l'avions suggéré, la certification est un lieu où s'articulent les luttes sociales entre les différents acteurs du milieu de la foresterie. Ainsi, les ONGE ont profité de cet outil pour commencer par imposer de nouvelles façons de faire à des groupes de détaillants de produits forestiers. Ces derniers en ont alors profité pour faire de la certification le moyen principal qu'ils appuieraient afin de propager la gestion durable des forêts. Ils délimitaient ainsi un cadre d'action clair où ils pouvaient se concentrer et obtenir la reconnaissance des ONGE. Les ONGE quant à elles, ont réussi à s'immiscer de manière beaucoup plus forte qu'auparavant dans la régulation du secteur forestier. Elles ont dorénavant un espace où elles doivent être écouté, et peuvent faire entendre leurs revendications. En outre, les ONGE présentent grâce à la certification des résultats concrets et chiffrés à leur membre et gagnent ainsi en crédibilité auprès d'eux quant à leur efficacité. Ces deux groupes d'acteurs, à n'en pas douter, ont des avantages à ce que la certification soit un succès, c'est pourquoi, comme nous l'avons formulé dans nos hypothèses, ils favorisent son développement :

«We're buying garden furniture from VietNam. Could'nt get it certified. We then made contact with the Tropical Forest Trust, which has a display here. We now buy certified products from Vietnam » (Knight, 2002).

« We have commitments from over 642 companies on our website, who have commitments around endangered forest to old-growth forest or FSC or some type of formal written commitment. We'll happily pressure US customers to stop doing business with unacceptable suppliers and shift to acceptable ones (Marx, 2003)

9. Développement durable pour qui ?

Nous avons donc vu que la certification s'est développée au début des années 1990 avec l'apparition du Forest Stewardship Council. Elle devait au départ servir la cause des forêts tropicales et s'appuyer sur une prime que les consommateurs de bois paieraient

pour améliorer la gestion des forêts. Or, nous avons constaté que la certification est aujourd’hui appliquée majoritairement dans les pays développés, où il n’y a quasiment pas de forêts tropicales, et que les consommateurs ne veulent pas payer de prime pour la présence d’un label garantissant une gestion durable sur un produit forestier. Nous avons par la suite vu qu’en dépit de ces deux revirements, la certification continue à connaître un grand succès et que le nombre d’hectare de forêt certifié a considérablement augmenté au cours des dernières années. Nous avons donc posé l’hypothèse en nous basant sur une interprétation environnementale de la théorie de la régulation que le succès de la certification ne s’expliquait pas par son efficacité à régler les problèmes de la forêt, mais plutôt par le fait qu’elle servait les intérêts de différents acteurs du milieu forestier. Deux acteurs ont été choisis pour tenter de vérifier cette hypothèse, les ONGE et les détaillants. Ils nous ont permis de constater que la certification est bel et bien un lieu où s’articulent les conflits d’intérêts et les luttes sociales. Enfin, ils nous ont amené à corroborer notre hypothèse et à conclure qu’ils retiraient des avantages de la certification, et qu’ainsi ils étaient portés à favoriser son développement.

Les luttes sociales autour de la certification semblent vouloir mener les différents belligérants à accepter un compromis institutionnalisé en ce qui concerne la façon dont cet instrument régulera le secteur forestier. S’il est clair que ce compromis s’est articulé autour d’un nouveau paradigme de société axé sur le développement durable, il nous semble qu’il se fait au détriment de certains oubliés (Gendron, 2001). En effet, les forêts tropicales sont pour le moment les grandes perdantes de l’émergence de la certification (Van Dam, 2002 ; Smouts, 2001). On peut alors se demander à qui sert cette tentative d’opérationnalisation du développement durable dans le secteur forestier qu’est la certification et se questionner si elle n’a pas même des effets pervers, par exemple une fausse impression que ces logos pourraient laisser que les problèmes de la forêt sont résolus. Les luttes sociales pour la recherche d’un nouveau compromis institutionnalisé auraient ainsi nui à ce que la certification remplisse sa mission première, soit d’implanter des pratiques durables dans les forêts tropicales.

Bibliographie

Littérature Scientifique

- Aguirre, J-A. , Vlosky, R., Montes, E-C, Ozanne, L. , Silva, G. 1999. "Certification in Honduras : Perspectives of wood product manufacturers, consumers, NGOs and government forest policy makers". *The Forestry Chronicle*, Vol. 75, No. 4, pp. 646-654.
- Amha, Bin Buang . 2003. *Forest certification challenges for tropical timber producing countries* . Présenté à la 4ième conférence de Certification Watch Certification and world forestry, Québec, Canada, 25 septembre 2003
- Anderson, Roy-C. et Eric N. Hansen. 2003. "Do Forest Certification Ecolabels Impact Consumer Behavior? Results from an experiment ». *Solutions forest business*, 2p.
- Bartley, Tim. 2003b. «Certifying forest and factories : States, social movements and the rise of private regulation in the apparel and forest product fields». *Politics and society*, vol. 31, no 3, p.435-464.
- Bass, S., Thornber, K., Markopoulos, M., Roberts, S., Grieg-Gran, M. . 2001. *Certification's impacts on forests, stakeholders and supply chains. Instruments for sustainable private sector forestry series*. International Institute for Environment and Development . London, 129 p.
- Bouslah, Kais, Lafrance, Marc-André et Julie Maurais. 2004 . *Répertoire des normes dans le secteur forestier*. Les Cahiers de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable (à paraître).
- Cashore, B, Auld, G. Newsom, D. 2003. *Governing through market : Forest certification and the emergence of private authority*. Yale University, pp.296.
- Côté, C. 2002. « Le géant Staples se lance dans le papier écolo ». *La Presse* (Montréal), 18 novembre, p.B7
- Gendron, Corinne. 2001. «Éthique et développement économique: le discours des dirigeants sur l'environnement ». Thèse de doctorat, Montréal, Université du Québec à Montréal, 481p.
- Guéneau, S. 2001. *La forêt tropicale. Entre fourniture de bien public global et régulation privée. Quelle place pour l'instrument certification ?* Solagral, p.18.
- Organisation internationale du bois tropical. 2002. « Setting the scene » in *OIBT International Workshop on Comparability & Equivalence of Forest Certification Systems* (Kuala Lumpur, Malaisie, 3-4 avril 2002)
- Teisl, M. ; Peavey, S. ; Newman, F. ; Buono, J. ; Hermann, M. . 2002 . « Consumer Reactions to environmental labels for forest products : a preliminary look » . *Forest Products Journal*, Vol. 52, No.1, p. 44-50.
- Simula, M. , Rametsteiner, E. 2001 . « Background Paper for Workshop on Forest Certification: Forging Novel Incentives for Environment and Sustainable Forest Management" *Forest certification : Forging novel incentives for the environment and*

sustainable forest management, Bruxelles (6-7 septembre 2001), European Forest Institutes, pp. 17-30.

Smouts, Marie-Claude. 2001. *Forêts tropicales, jungle internationale : les revers de l'écopolitique mondiale*. Paris : Presses de sciences Po, 349p.

Van Dam, C. 2003. "La Economia de la Certificacion Forestal : desarollo sostenible para quien?" in *Congresso Iberoamericano de Desarollo y medio ambiente "Desafios Locales ante la globalizacion"* . (Quito, Équateur, 8 et 9 novembre 2002) Universidad de Salta, p.25.

Sites Internet

Forest Certification resource center. 2004. "What is the Global Forest and Trade Network?" En ligne : <http://www.certifiedwood.org/education-modules/the-gftn.htm>, consulté le 13 avril 2004.

Forest Stewardship Council. 2002. "Forest Stewardship Council A.C. By-Laws" En ligne: <http://www.fscoax.org/principal.htm>, consulté le 13 avril 2004.

Forest Stewardship Council. 2004. « About FSC ». En ligne : <http://www.fscoax.org/principal.htm>, consulté le 13 avril 2004.

Discours analysés

Organisations non gouvernementales de l'environnement

Arriflin, Shamira. 2004. Entretien personnel. *Sahabat Alam Malaisie*

Marx, Michael. 2003. Directeur exécutif, ForestEthics. *In Certification watch conference* (Vancouver, Canada, 25 au 27 Mars)

Yeager, Brooks. 2001. WWF « NGO'S and environmental certifications» in *Duke University Symposium on certification institutions and private governance* (7 décembre 2001)

Détaillants

Jarvis, Ron. 2002. Vice-President Lumber, The Home Depot, *In The Forest leadership forum*, (Atlanta, États-Unis, 25 au 27 avril 2002)

Knight, Alan. 2002. Chef de la responsabilité sociale, Kingfisher. *In The Forest leadership forum*, (Atlanta, États-Unis, 25 au 27 avril 2002)

Stenmark, Pär. 2002. Forestry coordinator, Ikea International. *In The Forest leadership forum*, (Atlanta, États-Unis, 25 au 27 avril 2002)

Analyser le potentiel des certifications de l'agriculture durable à la lumière de l'acteur-réseau

Par René Audet

Les initiatives de certification de l'agriculture durable mobilisent de plus en plus de chercheurs dans le champ des études sur l'agroalimentaire. Si, pour certains, ces initiatives représentent une tentative de « réencastrer » le marché dans la société ou dans la nature (Barham, 1999), d'autres optent pour des approches plutôt constructivistes. Or, selon David Goodman, toutes ces approches présentent le problème de reproduire la dualité nature/culture que l'on retrouve dans l'ensemble des sciences sociales et de la pensée moderne : « la nature est théorisée comme un élément externe et mécanique et est ainsi extraite du domaine du social » (Goodman, 1999 : 17). Selon cet auteur, cette dualité affaiblit significativement les fondations méthodologiques des chercheurs dans les études de l'agroalimentaire. En conséquence, Goodman prône l'adoption de théories qui tiennent compte du caractère tant social que naturel des réseaux de production agricole et de consommation alimentaire. C'est pourquoi cet auteur privilégie l'utilisation de la théorie de l'acteur-réseau.

C'est cette piste théorique que nous avons choisie de suivre dans l'analyse que nous ferons des certifications de l'agriculture durable. Cette communication visera donc à expliquer les fondements épistémologiques et la base conceptuelle de la théorie de l'acteur-réseau. Afin de faciliter la compréhension de cette approche analytique des réseaux, nous nous référerons constamment à notre objet d'étude, c'est-à-dire les certifications de l'agriculture durable, et plus spécifiquement aux exemples de l'agriculture biologique et du commerce équitable.

I. Fondements épistémologiques

Nombreux sont les sociologues qui ont constaté que la dualité entre acteur et système ou sujet et objet sont contre-productives pour les sciences sociales. Dans un effort pour réunir ces deux pôles des théories modernes, Anthony Giddens, par exemple, a élaboré sa

théorie de la structuration sur la base du concept de dualité structurale (Giddens, 1987). Cette approche, bien qu'elle permette d'éviter le dilemme traditionnel de la sociologie, ne fait qu'en reproduire les termes indéfiniment et ne permet pas d'éclairer les rapports particuliers qui existent entre les sciences sociales et les sciences de la nature.

Bruno Latour, dans son exploration des sources de cette dualité, remonte aussi loin qu'aux fondements qu'il qualifie de « mythique » de la modernité. Parmi ces fondements mythiques, Latour recense par exemple chez Hobbes la « sortie » de l'état de nature au profit de la constitution d'un Léviathan (Latour, 1997), ou la distinction entre connaissance humaine et vérité dans l'allégorie de la caverne de Platon (Latour, 1999). Ces divisions entre nature et culture ont incité les penseurs et bientôt les sociétés occidentales à séparer les faits afin de les placer dans ces catégories. Pourtant, selon Latour, les objets purement naturels ou purement culturels sont des exceptions et leur classement dans les catégories modernes provoque l'ignorance de leur hybridité (ils sont à la fois culturels et naturels). De plus, cette ignorance a permis aux hybrides de proliférer jusqu'à devenir ce que Ulrich Beck appellerait des « risques » (Latour, 2003).

Dans *Nous n'avons jamais été moderne*, Latour développe l'idée que la modernité représente l'entrée en force des hybrides dans les sociétés humaines. Ces hybrides sont des objets, ou quasi-objets, qui modifient profondément la manière dont nous voyons la nature ainsi que nos modes de gestion de la société (la politique, le Léviathan). L'objet hybride se développe comme un réseau qui devient acteur de la vie politique, car il mobilise des questions propres autant à la religion, à la nature, à la politique, etc. Cette situation, selon lui, appelle à être analysée en considérant autrement les catégories traditionnelles de nature et de culture :

nous n'expliquerons plus l'innovation [...] en plongeant alternativement la main dans les deux urnes de la nature et de la société. Au contraire, nous remplirons ces urnes, ou, du moins, nous en modifierons profondément le contenu. [...] Ils [les métaphores, les hybrides] deviennent des médiateurs, c'est-à-dire des acteurs dotés de la capacité de traduire ce qu'ils transportent, de le redéfinir, de le redéployer, de le trahir aussi (Latour, 1997 : 111).

La position théorique qui ressort de ce projet est qu'il faut donner une place, dans nos théories sociales, aux acteurs qui ne sont pas nécessairement humains : « La suggestion est que le social n'est rien d'autre que des configurations de réseaux de matériaux hétérogènes » (Law, 1992 : 381)¹⁰. Ainsi, le principe de symétrie, qui fut d'abord développé en sociologie des sciences, prend dans la théorie de l'acteur-réseau une importance capitale. Selon John Law,

le principe de symétrie suggère qu'il n'y a aucun privilège – que tout peut (ou devrait) être analysé dans les mêmes termes. Cela érode les distinctions qui sont assimilées à la nature des choses et demande plutôt comment ces distinctions ont été créées (Law, 1994 : 12).

Puisque le principe de symétrie propose de traiter les objets et les non-humains comme des acteurs, il pose obligatoirement la question de la définition du concept d'acteur. Or, puisque nous arrivons ici à l'instrumentalisation et à la mise en application des positions épistémologiques proposées par Bruno Latour, John Law et Michel Callon, nous commencerons à intégrer nos résultats de recherche à l'explication des concepts.

II. L'approche réseau et ses concepts

Michel Callon est l'un des principaux théoriciens, côté français, de la théorie de l'acteur-réseau. Dans un texte important sur l'analyse des réseaux technico-économiques, Callon définit ces derniers comme « des ensembles coordonnés d'acteurs hétérogènes qui interagissent de manière plus ou moins réussie pour développer, produire, distribuer et diffuser des méthodes pour générer des biens et des services » (Callon, 1991 : 133)¹¹. Même si l'auteur réfère surtout à l'économie des technologies et de la science lorsqu'il parle de réseaux technico-économiques, cette définition peut, selon nous, aider à analyser les certifications de l'agriculture durable : ces dernières regroupent en effet des acteurs hétérogènes en interaction (ONG, entreprises, agences gouvernementales, etc.) qui développent, produisent, distribuent et diffusent des méthodes pour générer des biens et services. Dans le cas qui nous concerne, ce sont surtout des biens qui sont générés par de nouvelles méthodes de production ou d'encadrement de la production.

¹⁰ Notre traduction.

¹¹ Les citations tirées de Callon (1991) ont été traduites de l'anglais par l'auteur.

Grâce à l'approche théorique de l'acteur-réseau, Callon entend fournir des outils théoriques et méthodologiques permettant de mieux comprendre ce type d'innovation. Ces outils sont regroupés en deux ensembles : le premier décrit les mécanismes par lesquels des activités hétérogènes sont mises en relation avec les concepts d'*intermédiaire* et d'*acteur*; et le deuxième décrit comment les réseaux s'établissent, évoluent et deviennent durables grâce aux concepts de *traduction*, de *convergence* et d'*irréversibilisation*. Nous allons reprendre ici ces deux ensembles séparément.

a) Les composantes des réseaux : acteurs et intermédiaires des certifications

Afin de comprendre les réseaux technico-économiques et leurs interactions, nous devons nous inspirer autant du travail de l'économiste que de celui du sociologue. L'économiste nous parle des choses (argent, produits, etc.) qui mettent en relation des entités ou des acteurs (ex : producteur et consommateur) : il se penche sur la circulation des intermédiaires. Le sociologue, de son côté, assume que les acteurs ne sont intelligibles que s'ils sont mis en lien avec les interactions qui forment un espace commun (ex : l'acteur et le système chez Crozier et Friedberg). La conjugaison des tâches que se donnent ces deux métiers permettent d'avoir une vision plus large : « les acteurs se définissent dans leurs interactions, c'est-à-dire dans les intermédiaires qu'ils mettent en circulation » (Callon, 1991 : 135).

Ainsi, nous pouvons dès maintenant postuler que les réseaux du commerce équitable et de l'agriculture biologique sont des acteurs-réseaux : ils sont composés d'acteurs qui mettent des intermédiaires en circulation. Dans les cas qui nous intéressent, ces acteurs sont nombreux, mais avant de les énumérer, définissons plus clairement la notion d'acteur dans la théorie de l'acteur-réseau. Pour Callon, les acteurs sont des réseaux composés d'entités hétérogènes et dotés de certaines compétences :

Un acteur est une entité capable d'associer des textes, des humains, des non-humains et de l'argent. Ainsi, il s'agit d'une entité qui définit et construit plus ou moins efficacement un monde rempli d'autres entités avec des histoires, des identités et des interrelations qui lui sont propres. [...] Comme les intermédiaires, les acteurs peuvent être hybrides. Ils peuvent être constitués d'une collectivité, mais ne le sont pas nécessairement. Ils peuvent prendre la forme de compagnies,

d'association entre humains et d'association entre non-humains. Selon cette ontologie, les acteurs peuvent avoir des contenus et des géométries variables (Callon, 1991 : 140).

Dans cette définition, Callon souligne le caractère hétérogène des acteurs : étant le plus souvent eux-mêmes des réseaux, ces derniers peuvent prendre différentes échelles, géométries, etc. À cet égard, les certifications de l'agriculture durable regroupent des acteurs hétérogènes tels que les producteurs, les certificateurs, les fédérations de certificateurs, mais aussi très souvent les acteurs commerciaux conventionnels comme les transformateurs, les exportateurs et importateurs, les distributeurs et les détaillants, sans oublier les consommateurs. Dans un réseau d'agriculture durable certifiée, ces acteurs se structurent en un ou plusieurs acteurs-réseaux en faisant circuler des intermédiaires. Or, ces derniers ne sont pas seulement des valeurs marchandes (par exemple des produits ou de l'argent) comme auraient pu l'affirmer un économiste.

Callon identifie quatre principaux types d'intermédiaires que nous allons énumérer ici. Ces intermédiaires décrivent le réseau dans lequel ils circulent tout en lui donnant forme, en l'ordonnant et en attribuant les rôles aux acteurs. En même temps, les intermédiaires constituent eux-mêmes des réseaux et rendent compte d'une attribution de rôles et d'un ensemble d'interactions. L'auteur distingue quatre types d'intermédiaire tout en affirmant qu'ils ne sont pas exclusifs : les *informations inscrites* regroupent sur plusieurs types de supports (bandes magnétiques, électroniques, papiers) les textes, rapports, livres, articles, brevet, notes, etc.; les *objets techniques* regroupent généralement des non-humains structurés et stables qui accomplissent certaines tâches (parmi ces derniers, comptons les instruments scientifiques, les machines, certains produits, etc.); les *êtres humains* et les compétences qu'ils incorporent cachent aussi un ensemble d'entités déterminantes dans le savoir-faire des acteurs; les différentes formes d'*argent* (fonds, capital, réserve, etc.) sont aussi déterminant des interrelations entre acteurs, tout en étant elles-mêmes des résultats d'interactions et d'attributions de rôles.

Parmi ces intermédiaires, les informations inscrites retiendront ici notre attention. Bien que l'on puisse présumer que chacun de ces types d'intermédiaire soient présents dans les

réseaux du commerce équitable et de l'agriculture biologique, l'un des plus importants intermédiaires qui circulent entre les acteurs (humains et non-humains) et qui contribuent à en attribuer les rôles et les compétences est le cahier des charges. Les cahiers des charges de l'agriculture bio et du commerce équitable dictent les règles que certains acteurs devront suivre dans leurs relations aux autres : avec la plante cultivée en premier lieu, mais aussi avec l'ensemble de la biodiversité, les partenaires commerciaux, les employés, etc. Les cahiers des charges constituent une partie importante des réseaux de l'agriculture durable certifiée parce qu'ils permettent aux acteurs-réseaux d'interagir, mais on ne peut les définir seulement comme intermédiaires. En effet, les cahiers des charges sont aussi des acteurs-réseaux en eux-mêmes.

b) Traduction et convergence : le dilemme du commerce équitable

Les acteurs, selon les théoriciens de cette approche, cachent donc tout un ensemble de relations et d'intermédiaires qui leurs sont imputés. C'est en ce sens qu'on peut parler d'acteur-réseau : parce qu'un acteur est aussi un réseau. À cette étape, on peut poser la question suivante : comment deux ou plusieurs acteurs-réseaux peuvent-ils s'entendre, se rendre compatible et rendre leur relation durable? Pour répondre à ces questions, il faut d'abord passer par la notion de traduction.

La traduction est un processus de définition mutuelle et d'inscription des acteurs qui sont en interaction, elle peut être le résultat de compromis et de négociations qui s'incorporent dans des textes, machines et autres intermédiaires. Callon définit la traduction de la façon suivante :

la traduction permet d'établir une équivalence, constamment renégociée, entre des intérêts distants, incommensurables, mais surtout incertains et instables; elle passe fréquemment par la construction de nouveaux acteurs et de nouveaux intérêts. [...] Il convient de souligner que c'est dans les interactions tentées, et parfois réussies, que les acteurs, confrontés aux autres, apprennent à savoir ce qu'ils veulent et peuvent, que s'élaborent par approximations successives des objectifs partagés et se construisent et se stabilisent des demandes visibles et non équivoques (Callon, 1999 : 43).

Cette construction partagée entre différents acteurs-réseaux est une réussite dans la mesure où elle mène à un accord. Dans ce cas on peut parler de traduction convergente.

La convergence, selon Callon, a deux dimensions : l'alignement et la coordination. Une traduction convergente a tendance à cacher son histoire en créant un espace commun de communication et d'équivalence : elle aligne et allonge la chaîne de traduction de sorte que la dernière étape peut traduire la première sans passer par les étapes médianes. Lors de ce processus s'établit des normes et des conventions qui sont nécessaires à la reproduction et la stabilisation de la traduction : « ces conventions tendent à raréfier l'univers des possibles en organisant l'imputation et en limitant le nombre de traductions qui peuvent être facilement stabilisées » (Callon : 1991, 147). Les conventions sont donc des formes ou des « régimes » de coordination, elles incorporent des définitions de portées générales ou locales.

Bien que la distinction entre générale et locale (limitée) soit assez abstraite, il est plus facile d'en comprendre le sens par des exemples. Les régimes de coordination générale pourraient définir ce qu'est un citoyen, un diplôme officiel, un permis de conduire, une garantie juridique ou un droit humain, etc. Les régimes de coordination locale ou limitée se réfèrent plutôt à des régulations qui ne concernent que certains acteurs ou secteurs. Callon donne les exemples suivants : une convention collective, les règles d'une association professionnelle, des normes techniques s'appliquant à quelques producteurs ou usagers, des appellations d'origine contrôlée pour les vins, etc.

Étant donnée cette définition des conventions locales, il semble évident que l'on peut classer les certifications de l'agriculture durable parmi ces dernières. Les certifications de l'agriculture biologique et du commerce équitable se réfèrent toutes deux à des normes de production ou d'échange qui ne sont pas de portée générale parce qu'elle ne vise pas à dicter les procédures propres à l'agriculture ou au commerce dans leur ensemble. Ces normes sont plutôt de nature locale parce qu'elles déterminent quels produits ou producteurs se mérite le qualificatif de biologique ou d'équitable. Ces certifications sont donc des conventions, modes de coordination ou régulations codifiées (tous des expressions synonymes). Ce sont donc les résultats de traductions réussies entre plusieurs acteurs-réseaux.

Or, que peut-on dire de ces deux certifications du point de vue de leur convergence et de leur convention? Pour ce qui est du commerce équitable, notre enquête montre qu'il est loin d'être évident que le réseau soit très convergeant (Audet, 2004a). En fait, on pourrait très bien parler de « réseaux » au pluriel puisque le mouvement du commerce équitable est actuellement divisé entre deux courants difficilement réconciliables. Étant donnée la croissance spectaculaire du commerce équitable, son double projet d'aider les producteurs du Sud à améliorer leurs conditions de vie et de transformer la régulation du commerce donne lieu à un débat de priorité au sein du mouvement. En effet, le mouvement du commerce équitable ne cesse de grandir en Europe, en Amérique latine, en Asie et ailleurs; les campagnes de sensibilisation des consommateurs se font toujours plus nombreuses et de plus en plus de producteurs sont certifiés. Or, l'entrée du commerce équitable dans la grande distribution, qui est corollaire à sa popularité, tend à fragiliser certains principes. En effet, dans plusieurs pays, la chaîne de distribution des produits alimentaires est contrôlée par très peu d'intérêts, ce qui donne un énorme pouvoir aux distributeurs. En ce moment, ces derniers ne sont pas certifiés par les organisations du commerce équitable. Selon certains acteurs, il faudrait changer cet ordre et négocier de meilleurs contrats de distribution. Pour d'autres, il faudrait se retirer de la grande distribution puisque les multinationales qui la structurent font partie du problème que le commerce équitable tente de combattre. Pour certains acteurs, comme la Fédération Artisans du Monde, il faut avoir une approche politique du commerce équitable et s'opposer à l'insertion dans la grande distribution.

En ce moment, la filière certifiée¹² du commerce équitable qui permet à la grande distribution de vendre ses produits dans les supermarchés est souvent considérée comme trop laxiste sur les principes du commerce équitable. À cet effet, la Fédération International du Commerce Équitable (IFAT) a lancé à Mumbai son nouveau signe d'accréditation, le FTO-Mark (*Fair Trade Organisation Mark*), qui ne sera pas applicable aux produits, mais bien aux organisations du commerce équitable. Selon Rudy Dalvai, président de IFAT, ce nouveau signe vise à retrouver la conception originale du

¹² La « filière certifiée » fait référence au réseau de certificateurs membres du Fair Trade Labelling organisation International (FLO-I) qui certifie la majorité des produits alimentaires du commerce équitable. Il ne s'agit plus, cependant, de la seule norme de commerce équitable.

commerce équitable, c'est-à-dire de rapprocher par des échanges équitables les consommateurs et les producteurs considérés comme trop distants dans les circuits commerciaux conventionnels¹³. En ce sens, les produits certifiés équitables qui s'insèrent dans les circuits moins équitables de la grande distribution ne jouent plus aussi bien leur rôle de transformation de la régulation commerciale.

En terme d'acteur-réseau, on pourra décrire le réseau du commerce équitable comme étant moins bien aligné, car sa définition n'est pas la même pour chacun des acteurs. Pour preuve, on observe de nouveaux labels et certifications de commerce équitable créés par des pionniers de cette initiative. Ce réseau est donc d'autant moins convergeant et plus fragile.

La certification de l'agriculture biologique, de son côté, s'est renforcée à mesure que les groupes de producteurs se sont élargis, qu'ils se sont fédérés et différenciés. Dès lors, les acteurs hétérogènes que sont les producteurs, les certificateurs, et la Fédération internationale des mouvements de l'agriculture biologique (IFOAM), mais aussi les consommateurs et les détaillants, pouvaient s'appuyer sur une convention de type locale pour faire circuler des produits dans ce réseau. Cette convention, tout en respectant la complémentarité de chaque acteur, a eu pour effet de rendre le réseau plus convergeant. Dans plusieurs pays cependant, le réseau de l'agriculture biologique allait bientôt accueillir un nouvel acteur : l'État. Mais puisque cet acteur est assez particulier par sa taille et sa fonction, nous devons encore avancer dans la théorie de l'acteur-réseau avant de l'aborder.

c) L'irréversibilisation des réseaux et l'entrée de l'État dans la certification bio

Les traductions, selon Callon, peuvent toujours être mises à l'épreuve et concurrencées par d'autres traductions. En principe, elles ne sont pas figées et elles peuvent se désagréger. On peut donc parler de degré de durabilité et de robustesse d'une traduction,

¹³ Propos recueillis 17 janvier 2004 lors de la conférence *Fair Trade for an Equitable Economic Order*, organisée par IFAT et Fair Trade Forum India au Forum Social Mondial 2004, Mumbai, Inde.

ou encore de son degré d'irréversibilité. Ce degré d'irréversibilité d'une traduction dépendra de deux choses :

(a) en regard du fait qu'il devient impossible de revenir au point où cette traduction n'en était qu'une parmi d'autres; et (b) en regard de sa capacité à donner forme et déterminer les traductions subséquentes (Callon, 1991 : 150).

La chaîne que nous avions commencé à élaborer avec l'alignement et la coordination se continue ici avec l'irréversibilisation : plus un réseau est aligné et coordonné et donc convergeant, plus le réseau sera capable de résister aux traductions concurrentes. Ainsi, une traduction fortement irréversible pourra avoir des effets systémiques, car la normalisation qui accompagne tout ce processus aura comme conséquence de rendre les opérations du réseau prévisibles, de limiter les fluctuations et de contraindre les acteurs et les intermédiaires. Selon Callon, « un réseau qui se rend irréversible est un réseau qui devient lourd de normes » (Callon, 1991 : 151). Or, il est de plus en plus évident que le nouvel acteur qui fait son entrée dans le réseau de l'agriculture biologique, nous avons nommé l'État, est sans aucun doute un réseau à fort degré d'irréversibilité : il est très lourd de normes, très prévisible et contraignant. En ce sens nous pouvons affirmer que l'État est « entré », dans la dernière décennie, dans les réseaux de l'agriculture biologique : il est alors devenu un acteur exerçant un rôle important qui vient modifier la convention de la certification, tout en provoquant une réattribution des rôles des autres acteurs.

Depuis que les États s'occupent d'agriculture biologique, en effet, les certificateurs sont soumis à un processus d'accréditation qui implique la plupart du temps une agence étatique. Aux États-Unis, avec le *National Organic Program*, ce sont même les différents labels des agences de certification qui ont disparu au profit d'un label étatique uniforme (USDA, 2004). De plus, quand le gouvernement américain a élaboré la norme qui allait servir de convention (on pourrait dire lors du processus de traduction), les entreprises de l'industrie de l'agroalimentaire ont été invitées à participer, ce qui a créé, selon les termes d'Elizabeth Barham, « un glissement ou un niveling vers le bas des valeurs associées à l'agriculture biologique » (Barham, 2003 : 355)¹⁴. L'entrée de nouveaux acteurs dans un

¹⁴ Notre traduction.

réseau cause donc une retraduction de ce réseau. Dans le cas que nous venons de mentionner, la convention qui en est issue est transformée d'autant. De plus, les certifications de l'agriculture biologique, avec l'arrivée des États dans leur réseau, se trouvent de plus en plus irréversibles.

d) L'hybridation des réseaux : la rencontre de deux certifications

Le concept d'hybridité est un concept de base de la théorie de l'acteur-réseau. Comme nous l'avons affirmé plus haut, les acteurs-réseaux sont toujours hybrides, c'est-à-dire qu'ils sont composés d'intermédiaires et d'acteurs eux-mêmes constitués d'humains et de non-humains en interrelation. Pourtant, certaines applications de la théorie de l'acteur-réseau utilisent la notion d'hybridation dans un sens légèrement différent, mais complémentaire.

Dans un ouvrage sur un collectif de labellisation de produits fermiers en Belgique, Pierre Stassart (2003) utilise la théorie de l'acteur-réseau pour montrer comment se construit une définition de « qualité fermière ». Parmi les étapes qui marquent l'évolution du collectif en question, l'arrivée d'un simple tableau de découpe boucher modifie en profondeur la configuration du réseau. Ce processus pourrait être décrit comme une traduction, puisqu'il s'agit d'acteurs-réseaux entrant en relations afin de créer un acteur-réseau plus long, avec plus d'acteurs et d'intermédiaires. Pourtant, Stassart parle d'hybridation entre deux traductions : la traduction « qualité fermière » et la traduction « qualité bouchère ». Alors qu'elles sont de prime abord contradictoires et différentes quant à leur robustesse, ces deux traductions, avec le temps, finissent par s'hybrider pour créer une nouvelle définition de la qualité fermière. Le concept d'hybridation est alors ici employé pour désigner la rencontre de deux traductions de la qualité.

Cette utilisation du concept d'hybridation nous mène vers une application plus macrosociologique de la notion de traduction. Une traduction est le résultat de la rencontre entre deux ou plusieurs réseaux : si elle est réussie, elle pourra se matérialiser dans un mode de coordination que nous avons appelé « convention ». Or, quant deux traductions se rencontrent, un nouveau processus de traduction doit avoir lieu. Stassart

appelle ce processus l’hybridation, mais il s’agit en fait d’une traduction à plus grande échelle. De la même manière que les intermédiaires et les acteurs sont des réseaux en eux-mêmes et qu’ils sont aussi parties prenantes de réseaux plus larges, on peut employer le terme d’hybridation pour désigner la traduction de deux ou plusieurs traductions.

Or, de plus en plus de producteurs du commerce équitable se certifie également pour l’agriculture biologique. À cet égard, notre enquête démontre que les producteurs perçoivent souvent le commerce équitable comme une première étape pour obtenir la certification biologique. Selon l’étude de Whatmore et Thorne (1997), l’hybridation de la certification biologique avec la certification du commerce équitable permet d’améliorer la qualité des produits et donc de s’assurer de meilleurs débouchés et de meilleurs prix. Comme nous l’avons nous-même démontré ailleurs, l’hybridation d’un réseau de producteurs avec la certification biologique permet l’allongement du réseau tout en provoquant l’arrivée de toute une gamme de nouveaux acteurs et intermédiaires, ce qui vient causer une réattribution des rôles dans le réseau (Audet, 2004b).

De plus, les certifications de l’agriculture durable sont actuellement engagées dans plusieurs processus impliquant les règles du commerce mondial, l’harmonisation des normes au niveau international, etc. À cet égard, la notion d’hybridation pourrait sans doute contribuer à décrire le processus par lequel plusieurs certifications sociales et environnementales s’ajustent ou résistent aux exigences provenant par exemple de l’Organisation mondiale du commerce (OMC) et qui pourraient bientôt rendre un certain nombre d’entre elles des obstacles techniques au commerce (Audet, 2003).

Conclusion

La notion d’hybridation, avec les autres concepts que nous avons présentés ici, possède selon nous un fort potentiel pour améliorer notre compréhension de l’émergence et de l’évolution des réseaux de certification de l’agroalimentaire. On pourrait, par exemple, comparer les réseaux de l’agriculture biologique et du commerce équitable en regard de leur potentiel de transformation des régulations sur l’agriculture. À cet effet, nos analyses

préliminaires nous révèlent déjà certaines caractéristiques de ces réseaux : si le commerce équitable semble regrouper plusieurs acteurs et intermédiaires de natures techniques, monétaires et textuels, l'agriculture biologique fait circuler beaucoup plus de non-humains s'apparentant à des entités naturelles (plantes insecticides, insectes prédateurs, engrains organiques, etc.), tout en incluant également les acteurs plus conventionnels d'une chaîne commerciale. De plus, on peut affirmer que le réseau du commerce équitable est beaucoup moins convergeant que le réseau de l'agriculture biologique étant donné que plusieurs définitions du commerce équitable se font actuellement concurrence. De son côté, le réseau de l'agriculture biologique est plus convergeant et son hybridation aux réseaux que constituent les États l'a rendu de plus en plus irréversible.

Quoiqu'il en soit, la théorie de l'acteur-réseau est de plus en plus utilisée pour analyser la mondialisation. Bien que plusieurs auteurs critiquent sévèrement les approches plus traditionnelles de l'économie politique (Whatmore et Thorne, 1997), d'autres sont plus conciliants et ouverts à l'utilisation de cadres théoriques hybrides. Selon Busch et Juska (1997), par exemple, « l'approche de l'acteur-réseau peut potentiellement être incorporée dans les cadres théoriques traditionnels de l'économie politique pour améliorer notre compréhension des processus de la mondialisation et pour fournir de nouveaux moyens d'action » (Busch et Juska, 1997 : 690)¹⁵. De plus, cette approche pourrait sans doute s'avérer très utile pour analyser les *Nouvelles formes de régulation et de coordination dans la gouvernance des entreprises collectives* étant donnée la mixité des ressources que ces entreprises mobilisent et le statut tout aussi mixte de ces entreprises.

Bibliographie

AUDET, René. 2003. « de nouveaux foyers de régulation en concurrence dans la filière agroalimentaire : comment s'articulent les labels, certifications et appellations d'origine avec le droits commercial de l'OMC? », *Les Cahiers de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable – Collection recherche*, no 13-2003, 30 pages.

AUDET, René. 2004a. « Synthèse des activités du mouvement du commerce équitable au Forum Social Mondial 2004 », dans *Oeconomia Humana*, bulletin de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, vol 2, no 5, pp. 8-11.

¹⁵ Notre traduction.

- AUDET, René. 2004b. « L'agriculture labellisée au Sud comme double stratégie de protection de l'environnement et d'accès aux marchés du Nord : le cas du coton bio au Gujarat », communication présentée au colloque *Mondialisation et développement durable : environnement, acteurs sociaux et institutions au cœur de la gouvernance* dans le cadre du 72^{ème} Congrès de l'ACFAS, le 14 mai 2004.
- BARHAM, Elizabeth. 1999. *Sustainable Agriculture in the United States and France: a Polanyian Perspective*, Dissertation Presented to the Faculty of the Graduate School of Cornell University, 301 pages.
- BARHAM, Elizabeth. 2002. « Towards a theory of values-based labeling », *Agriculture and Human Values*. Netherland, no 19: 349-360.
- BUSCH, Lawrence et Arunas JUSKA. 1997. « Beyond political economy: actor networks and the globalization of agriculture », dans *Review of International Political Economy*, vol 4, no 4, hiver, pp. 688-708.
- CALLON, Michel. 1991. « Techno-economic networks and irreversibility », dans J. LAW (dir.), *A Sociology of Monsters. Essays on Power, Technology and Domination*, Sociological Review Monograph 38, London/New York, Routledge, pp. 132-161.
- CALLON, Michel. 1999. « Le réseau comme forme émergence et comme modalité de coordination : le cas des interactions stratégiques entre firmes industrielles et laboratoires scientifiques », dans M. CALLON et al., *Réseaux et coordination*, Paris, Economica, pp. 13-64.
- GIDDENS, Anthony. 1987 (1984). « Éléments de la théorie de la structuration », dans *La constitution de la société*, Presses Universitaires de France, Paris, pp. 49-88.
- GOODMAN, David. 1999. « Agro-Food studies in the Age of Ecology : Nature, Corporeality, Bio-politics » dans *Sociologia Ruralis*, vol 39, no 1, pp 17-38.
- LATOUR, Bruno. 1997 (1991). *Nous n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*, La Découverte, Paris, 207 pages.
- LATOUR, Bruno. 1999. *Politiques de la nature. Comment faire entrer les sciences en démocratie*. Éditions La Découverte, Coll. Armillaire, Paris, 383 pages.
- LATOUR, Bruno. 2003. « Is Re-modernisation Occurring – And If So, How to Prove it? », dans *Theory, Culture and Society*, vol 20, no 2, pp. 35-48.
- LAW, John. 1992. « Notes on the Theory of the Actor-Networks: Ordering, Strategy, and Heterogeneity », dans *Systems Practice*, vol 5, no 4, pp. 379-393.
- LAW, John. 1994. *Organising Modernity*, Oxford, Blackwell Publisher, 219 pages.
- STASSART, Pierre. 2003. *Produits fermiers: entre qualification et identité*, Bruxelles, P.I.E.-Peter Lang, Coll. Écopolis, 424 pages.
- USDA. 2004. « National Organic Program ». Consulté le 14 avril 2004 sur <http://ams.usda.gov/nop/>
- WHATMORE, Sarah et Lorraine THORNE. 1997. « Nourishing Networks : Alternative Geographies of Food », dans D. GOODMAN et M.J. WATTS (eds), *Globalising Food*.

Agrarian Questions and Global Restructuring, London/New York, Routledge, pp. 287-304.

Le terroir qui fait vendre : d'un banal produit de consommation à un outil de développement durable

Par Marie-Lou Ouellet

Résumé

Nombre d'auteurs ont décrit le système agroalimentaire en tant que paradigme bipolaire. D'un côté de la dyade, un système de haut volume dominé par les corporations multinationales globales qui s'affrontent sur le terrain des marques de commerce, décrié pour ses conséquences environnementales néfastes causées par l'intensification des cultures et la perte de biodiversité. De l'autre côté, un système de faible volume, porté par des acteurs volontaires et dans lequel les produits de spécialités se démarquent en mettant de l'avant les caractéristiques locales. Interpellés et mobilisés par nombre d'acteurs, les produits avec indications géographiques (PIG) sont appelés à jouer plus d'un rôle : aménagement du territoire, diversification de l'agriculture, développement local, action politique et citoyenne contre la globalisation ainsi qu'une valeur de lien au sein de la communauté. Cependant, au-delà de ces considérations, quelle est la contribution des PIG ? Le modèle de Barham (2003) montre que leurs particularismes font d'eux des outils de développement économique, de structuration du tissu social et de protection des ressources environnementales. L'objectif de cette communication est de combiner des éléments théoriques de la sociologie rurale et de la stratégie afin de développer une recommandation pratique quant au développement stratégique des PIG afin de favoriser la revitalisation rurale dans les paramètres du développement durable.

Introduction

Quoi de plus banal qu'un bout de fromage ou une pièce de viande quelconque. Banals bien sûr tant qu'ils demeurent génériques, mais combien singuliers dès lors que cet anonyme fromage se transforme en *Pied de vent* aux évocations de brise des Iles et d'accent madelinot. Ou encore lorsque cette viande, jusque là plutôt ordinaire, prend l'appellation d'*Agneau de Charlevoix* avec ses paysages de fleuve aux marées

changeantes. Ces produits aux noms suggestifs ne sont pas que des métaphores paysagistes. La littérature a, en effet, fait grand état de modèles de développement rural construit autour de produits agroalimentaires dotés de caractéristiques reliées à leur terroir (Tragear, 2003 ; Van der Ploeg, 2000 ; Goodman, 2004 ; Barham, 2004 ; Jenkins et Parrott, 2003). Ces produits typiques sont associés à la production de faible volume, portés par des acteurs volontaires, plus souvent missionnaires que femmes ou hommes d'affaires. Ils incarnent l'antithèse du système conventionnel dominant dont les principaux acteurs, les corporations transnationales, font concurrence sur les prix par la recherche de haut volume et de standardisation. Interpellés et mobilisés par nombre d'acteurs, les produits labellisés d'origine sont appelés à jouer plus d'un rôle : aménagement du territoire, diversification de l'agriculture, micro-développement local, action politique et citoyenne contre la globalisation, valeur de lien social. Leurs particularismes font d'eux des outils de développement économique, de structuration du tissu social et de protection des ressources environnementales. Voilà pourquoi, tel que le suggère Barham (2003), le développement des produits avec labels d'origine peut favoriser la revitalisation rurale dans les paramètres du développement durable. Cependant, tout développement de produit implique la considération d'éléments stratégiques.

Dans cet article, nous nous proposons de concilier sociologie rurale et stratégie. Pour ce faire, nous élaborerons et suggérerons quelques éléments stratégiques à partir d'un modèle développé par la chercheure Elizabeth Barham. Dans la première partie, nous définissons les concepts d'indication géographique, d'agriculture durable et de développement durable. Nous présentons ensuite le modèle de Barham et nous terminons par quelques éléments tirés de la théorie de la stratégie qui nous apparaissent pertinents au développement rural durable échafaudé autour des produits de terroir.

L'indication géographique

Plusieurs expressions désignent les produits issus des terroirs. Les termes labels d'origine, appellation d'origine, indication géographique, fortement apparentés, sont souvent utilisés en alternance en référence aux mêmes concepts. Seules quelques nuances les différencient : le terroir réfère au lieu et à ses spécificités alors qu'une appellation d'origine ou un label d'origine est utilisé sur des produits présentant une qualité particulière due exclusivement ou essentiellement au milieu géographique dans lequel ils sont obtenus, et donc au terroir d'où ils proviennent. Quant à la notion d'indication géographique, elle est définie par l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) comme « un signe utilisé sur des produits qui ont une origine géographique précise et qui possèdent des qualités ou une notoriété dues à ce lieu d'origine » (OMPI, 2004). L'expression est utilisée surtout au niveau international et englobe l'appellation (ou le label) d'origine.

Les labels reliés à l'origine des produits ont une longue histoire et c'est la France qui, dès 1919, crée le concept d'appellation d'origine contrôlée (AOC). Les viticulteurs seront, pendant de longues années, les seuls à profiter du label AOC. Après la deuxième guerre, il faut nourrir la population et, pour ce faire, le monde paysan s'ouvre à la modernisation. Dans ces conditions, certains terroirs ne correspondent pas au modèle industriel de développement agricole qui vise à intégrer la technologie et la science dans les méthodes agraires. Jugés trop difficiles et inadaptés à ce qui allait devenir l'agribusiness, les hectares parsemés de roches et les arpents escarpés sont marginalisés. Ce n'est qu'à partir des années 1970 que les hommes et les femmes vont reconquérir les terroirs. Pendant les 20 à 30 années qui suivront, on relancera les produits agroalimentaires typiques et authentiques, produits qu'on dotera d'un label à caractère territorial et qu'on protègera par une loi. En 1992, la réglementation sur les appellations finira par s'étendre à l'Union européenne. Cette réglementation exige que trois critères soient remplis pour accéder à l'appellation d'origine. D'une part, la demande doit être présentée par un ensemble de producteurs/ transformateurs concernés par le produit. Ensuite, le produit doit être défini par un cahier des charges explicitant notamment le lien au terroir ou le caractère traditionnel du produit. Enfin, le produit doit être contrôlé par un organisme tiers indépendant ou par un organisme étatique. Au Québec, la loi qui protège les appellations

n'est que toute récente. Élaborée à 99% sur le modèle européen, elle est sanctionnée depuis 1996.

Le label d'origine est donc différent de la marque de commerce, signe utilisé par une entreprise pour distinguer ses produits et ses services de ceux d'autres entreprises. La marque de commerce confère à son propriétaire le droit d'empêcher des tiers de l'utiliser. De son côté, l'indication géographique indique aux consommateurs qu'un produit provient d'un endroit précis et possède certains caractères qui sont dus au lieu de production. Elle peut être utilisée par tous les producteurs dont les produits ont pour origine le lieu désigné par l'indication géographique et possèdent les qualités caractéristiques. Alors que la marque de commerce peut être léguée, vendue ou délocalisée, l'indication géographique, de caractère public, est indélogable.

Développement durable et agriculture durable

Le concept de développement durable, apparu au tournant des années 1980, a fait l'objet de nombreuses définitions. Le concept a été largement propagé par le rapport *Notre avenir à tous* de la Commission des Nations Unies sur l'environnement et le développement (Rapport Brundtland) en 1987. Le rapport Brundtland définit ainsi le développement durable : « Un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs » (CMED, 1988). Le développement durable intègre trois dimensions: la dimension économique, la dimension sociale et la dimension environnementale. La définition de l'agriculture durable dérive de celle du développement durable mais elle varie considérablement selon qu'elle provient des pouvoirs publics ou des activistes (Barham, 1999). Les instances publiques limitent sa définition à la tryptique sociale, environnementale et économique. Par exemple, le Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec la définit comme «une agriculture à la fois économiquement viable, responsable à l'égard de l'environnement et socialement acceptable» (MAPAQ, 2004). La définition des activistes et des chercheurs de la sociologie rurale va au-delà de cette interprétation alors que le concept d'agriculture durable est, le plus souvent, perçu en opposition aux

formes industrielles contemporaines de l'agriculture. De telle sorte que les mouvements sociaux de l'agriculture durable critiquent l'anonymat et l'éloignement du système conventionnel moderne conduisant à la négligence des attributs sociaux et écologiques des lieux de production et de consommation (Hinrichs, 2000). C'est pourquoi les auteurs de la sociologie rurale ont suggéré le terme «localisme» pour décrire le phénomène de ces réseaux alimentaires locaux qui émergent afin de contrebalancer les effets jugés destructeurs de la globalisation du système d'approvisionnement alimentaire. Le localisme incarne pour les initiateurs de ces alternatives le point d'ancrage de la mise en place d'une véritable agriculture durable qui assure la santé humaine, le bien-être de la terre, l'utilisation éthique de la technologie, la création, le contrôle et la consolidation d'institutions locales ainsi que la démocratie alimentaire. En définitive, d'après les chercheurs Hinrichs (2003) et Lang (1999), les dimensions évoquées par les groupes et les activistes de l'agriculture durable concernant l'alimentation de proximité sont diamétralement opposées à l'idée de ces mêmes groupes concernant les conséquences d'un régime alimentaire globalisé. Le tableau 1 présente les concepts clés, tant symboles que valeurs, liés à chacun de ces termes.

Tableau 1 Tensions du système alimentaire et enjeux futurs. Adapté de Hinrichs (2003) et Lang (1999)

	Globalisation	Localisme
Économie	de marché	morale
Objectifs	profits corporatifs	bien-être communautaire
Production	monoculture	diversité
	grande échelle	petite échelle
	intensive	extensive
	agrochimie	biologique/durable
Usage des ressources	consommation et dégradation	protection et régénération
Relations d'échanges	distantes	de proximité
	hypermarchés	marchés
Consommation	homogénéisation	diversité régionale
	standardisation	saveurs locales
	fast food	slow food
Modèle	industriel	naturel
Type de participation	règles technocratiques	démocratie alimentaire

Les produits avec label d'origine, parmi plusieurs initiatives récentes, représentent une forme de localisme et participent au développement rural durable. Dans la section suivante, nous présentons le modèle de la chercheure Elizabeth Barham à partir duquel nous grefferons quelques éléments stratégiques.

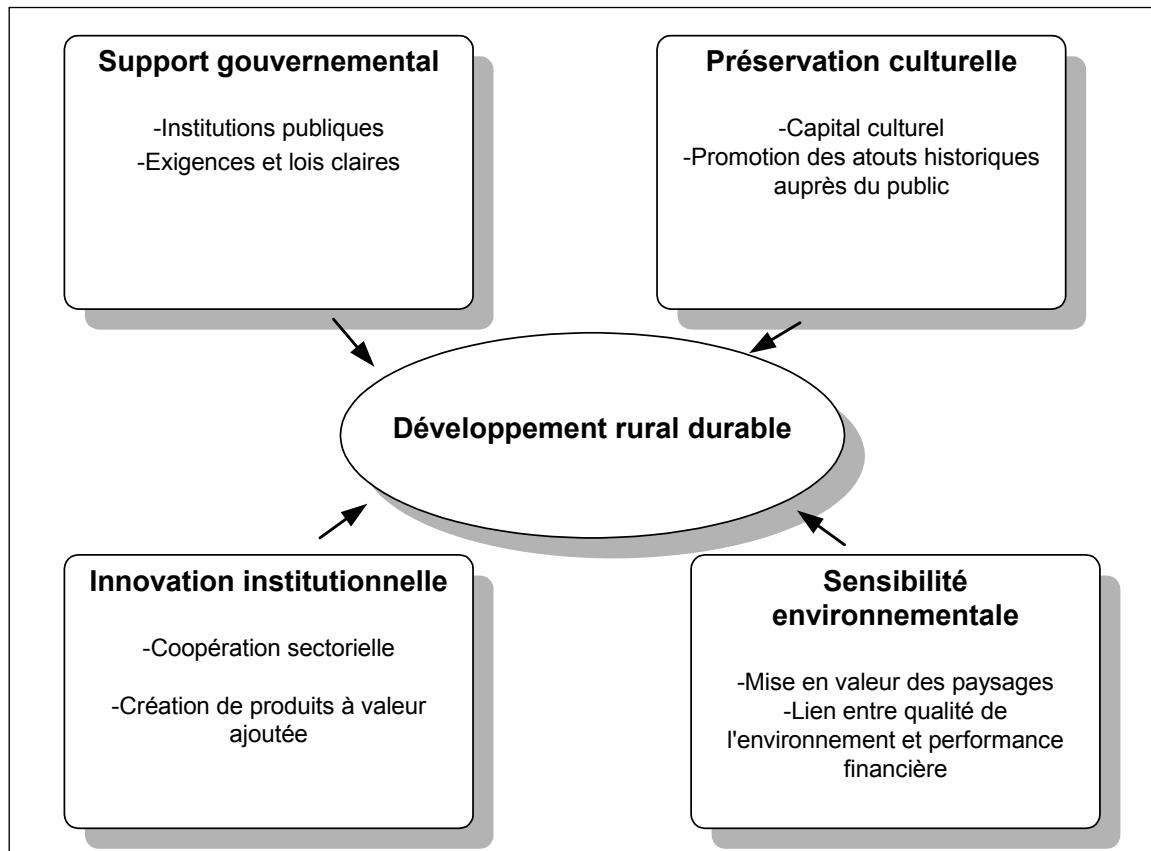
Vers un développement rural durable

La chercheure Barham poursuit des recherches concernant l'harmonisation globale des normes à propos des labels d'origine, l'apport de ces labels au développement rural et l'articulation des concepts local-global ou, en d'autres termes, la dyade terroir/monde.

Elle a réalisé des études de cas dans quatre pays : l'Espagne, la France, le Portugal, pays où les labels d'origine sont bien implantés, et le Québec, où elle a étudié le projet de mise sur pied de l'indication géographique « l'Agneau de Charlevoix », première appellation de ce genre en Amérique du Nord. Les résultats de cette étude l'ont amenée à élaborer un modèle de développement rural durable. Initialement conçu afin de répéter les expériences européennes et de développer un système de labels d'origine dans l'État américain du Missouri, ce modèle peut être reproduit ailleurs. Nous expliquons les variables de ce modèle pour ensuite y insérer quelques aspects stratégiques.

Selon ce modèle (figure 1), quatre facteurs convergent vers un développement rural durable. Premièrement, la participation des instances publiques au développement rural durable se manifeste par la création de règles visant à protéger les noms de lieux afin qu'ils ne soient pas usurpés par des entreprises qui voudraient exploiter cette notoriété. Ce cadre légal est nécessaire tant pour protéger les producteurs que les consommateurs. La seconde variable prénommée *préservation culturelle* fait référence à l'identification des atouts historiques et des savoir-faire d'une région donnée et à la promotion régionale de ceux-ci auprès du public. En troisième lieu, les labels d'origine contribuent à instaurer des attitudes pro-environnementales chez les producteurs et les habitants. Ce qu'il faut retenir ici, c'est que le nom du lieu évoque le produit et son identité. Par conséquent, tous sont incités à prendre un soin jaloux de l'environnement qui confère les caractéristiques spécifiques à cet emblème local. Par exemple, si une réputation peu enviable se propageait à l'environnement de la région de Roquefort, le réputé fromage verrait lui aussi sa renommée entachée. Enfin, les labels d'origine favorisent la coopération entre les secteurs. On peut mentionner à titre d'exemple le développement de pôles touristiques, comme les *Routes des Saveurs*, qui permet le réseautage entre restaurateurs et producteurs. Cette collaboration incite à l'accélération de la création de produits à valeur ajoutée.

Figure 1 Bénéfices des produits avec labels d'origine au développement rural durable. Adapté de Barham (2003). (Notre traduction)



Quelques aspects stratégiques

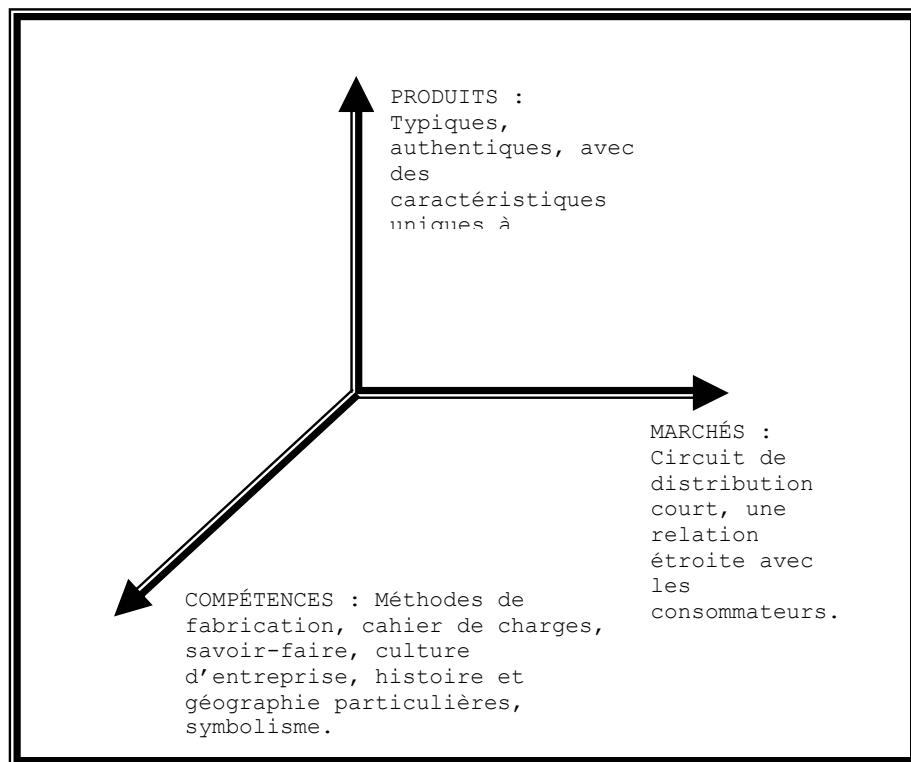
La plupart des régions rurales du monde dépendent, le plus souvent, d'une agriculture produisant des aliments génériques, primaires, non différenciés. Elles sont alors particulièrement exposées à la compétition mondiale qui produit les mêmes denrées. Seul le prix compte et cette suprématie entraîne les revenus à la baisse, la consolidation de l'industrie, la perte d'emplois et l'exode rural. Parallèlement, les comportements de consommation changent. Alors que la consommation de masse de l'époque moderne a longtemps représenté la libération et le développement de la classe ouvrière qui pouvait enfin se sentir membre à part entière de la société (Miles, 1998), la consommation post-fordiste est maintenant fragmentée. D'une part, les consommateurs, inquiets, sont préoccupés de l'origine des aliments et des risques reliés à leur consommation. D'autre part, ils ont des goûts plus aventureux, sont mieux informés, recherchent la variété et sont intéressés par les produits qui recèlent des qualités liées à des régions et des identités, des produits qui font montre de caractère social, culturel et environnemental. On assiste en fait à un changement de paradigme qui propulse la logique du productivisme vers une logique de qualité. Certains vont même jusqu'à dire que ces comportements de consommation représentent une sous-culture émergente (Ray et Anderson, 2000).

Dans ce nouveau modèle de qualité, les terroirs sont bien positionnés car ils jouissent d'avantages comparatifs fondés sur la spécificité du lieu et des savoir-faire. Afin de mettre en valeur ces avantages et avoir du succès sur le marché, les entreprises de l'économie du terroir doivent adopter une stratégie de niche c'est-à-dire une stratégie de spécialisation grâce à un système stratégique (Allaire et Firsirotu, 2003) dominé par l'axe des compétences. Tel qu'illustré par la figure 2, ce système repose sur des actifs spécifiques et inimitables afin de produire des biens aux caractéristiques uniques distribués dans un circuit de distribution court qui permet la maîtrise de la commercialisation par les producteurs (Brodhag, 2000).

Ces actifs stratégiques s'articulent autour des éléments suivants (Rastoin et Vissac-Charles, 1999) :

- Les activités : les méthodes de fabrication et un cahier de charges précis;
- Les ressources : l'histoire locale, le lieu géographique, l'originalité liée au climat, au sol, aux caractéristiques agronomiques;
- Les capacités : le savoir-faire, le marketing, le réseautage;
- Les compétences distinctives : les capacités managériales et la culture d'entreprise pour combiner les activités, les ressources et les capacités.

Figure 2 Système stratégique des entreprises du terroir. Adapté de Allaire et Firsirotu (2003)



Les multinationales et entreprises d'envergure à la recherche d'économies d'échelle et d'avantages de coûts, ne peuvent rivaliser avec les petites firmes spécialisées dont la production de faible volume symbolise la qualité. Collis et Montgomery (1995) rappellent que les ressources tant physiques qu'intangibles doivent répondre à cinq critères (ou tests) afin de créer des avantages compétitifs: l'inimitabilité, la durabilité, l'appropriation, l'absence de substitut et la supériorité concurrentielle. L'économie des terroirs rencontre ces critères à différents degrés: elle est inimitable et ne peut être

délocalisée sans perdre son caractère ; elle est durable tant que les acteurs protègent les lieux où elle est créée ; la création de valeur est capturée par les PME du terroir surtout dans un circuit de distribution court ; l'absence de substitut confère des avantages évidents et, enfin, la supériorité concurrentielle est bel et bien présente à la condition que les PME du terroir se concentrent sur ce qu'elles font de mieux : un produit authentique grâce à un savoir-faire unique.

Bien sûr, on ajoutera aussi, en tant qu'éléments symboliques de différenciation et de positionnement dans le marché, les valeurs et les dimensions soulevées par les activistes des initiatives agroalimentaires localisées. Ces éléments ont été précédemment présentés dans le tableau 1, à la page 5.

Cette stratégie peut être exécutée par un seul producteur. Toutefois, Porter (1998), de même que Enright et Roberts (2001), ont soulevé que la constitution de grappes régionales permettait de soutirer des bénéfices appréciables. Porter (1998) avance, qu'en théorie, les modes de transport et de communications plus rapides des marchés globalisés, devraient diminuer le rôle de la localisation. Paradoxalement, ce n'est pas ce qui se produit alors que la carte économique est dominée par les grappes (*clusters*) que Porter définit comme la concentration géographique d'entreprises et d'institutions interreliées dans un secteur particulier. L'auteur soutient que les avantages compétitifs durables, dans une économie globale, reposent de plus en plus dans les aspects locaux et que l'environnement immédiat des entreprises joue un rôle prédominant. Il donne à titre d'exemple le vin de Californie ou l'industrie italienne du cuir. Ces groupes n'incluent pas seulement les entreprises d'un secteur mais aussi tous les acteurs de la chaîne de valeur comme les fournisseurs d'intrants (composantes, équipements, services), les réseaux de distribution et les consommateurs, les producteurs de biens complémentaires, les secteurs reliés par les mêmes compétences, les mêmes technologies ou des intrants communs. Ils incluent également les gouvernements et les institutions comme les universités, les groupes de réflexion (*think tanks*), les associations d'affaires et les diverses institutions qui dispensent de l'information, de la formation, du support technique ou des résultats de recherche. L'industrie pharmaceutique fournit un bon exemple du type de grappe

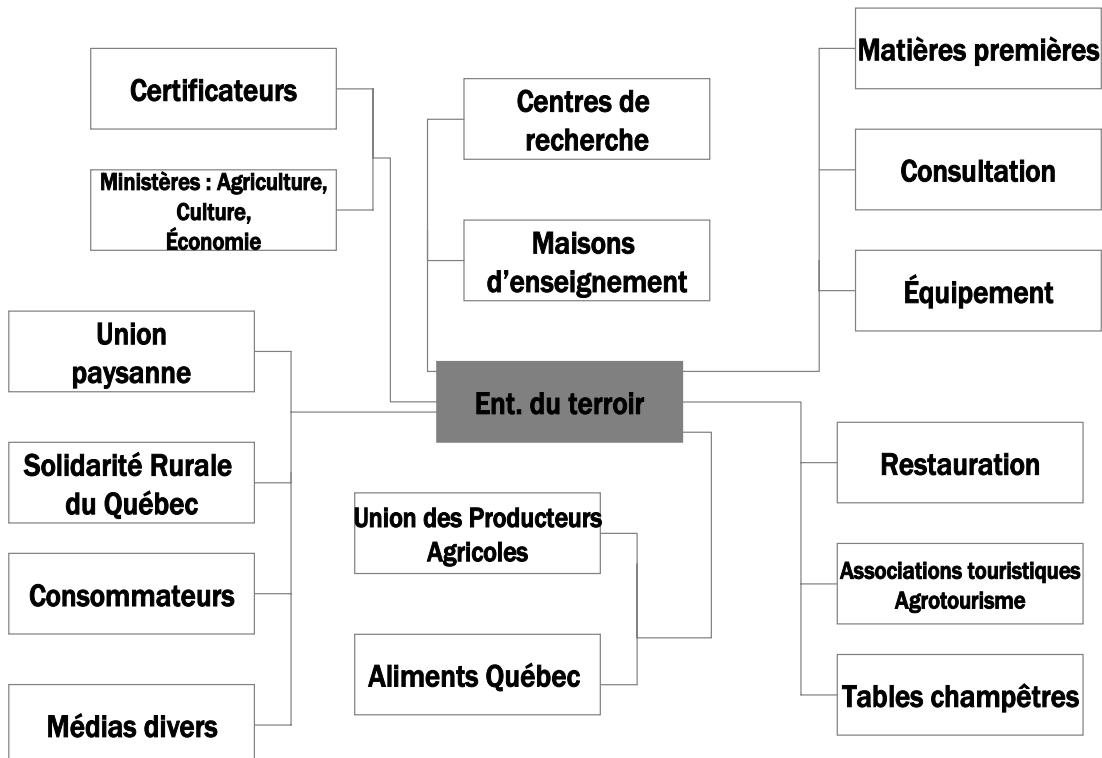
industrielle qu'il est possible de mettre sur pied alors qu'elle réussit à faire participer les universités, les firmes, les institutions publiques et les acteurs de la chaîne de valeur. Porter (1998) soutient que les alliances localisées entre entités de divers types procurent des avantages compétitifs durables, car la proximité géographique, culturelle et institutionnelle permet de créer des relations et des alliances profitables, génère une meilleure information et connaissance et stimule l'innovation et la productivité.

Enright et Roberts (2001) ont soulevé le même phénomène : la globalisation économique aurait accéléré la formation de groupes localisés ou régionaux. Les communautés locales cherchent ainsi à maintenir leur identité et à protéger leurs valeurs sociales et culturelles ainsi que leur héritage. Le pays d'origine de ces deux auteurs, l'Australie, renferme nombre de ces grappes régionales où l'on a mis en évidence les avantages compétitifs localisés.

Essentiellement, les avantages de la concentration géographique des grappes résident, selon ces auteurs, dans la présence de ressources naturelles uniques, la proximité des marchés, le partage d'infrastructure et d'informations et la diminution des coûts de transaction. Bien que les grappes décrites par ces auteurs fassent référence à un développement régional d'envergure importante, la micro-économie des terroirs et les labels d'origine s'avèrent un formidable outil autour duquel peuvent se créer des groupes d'entreprises et d'organisations dans une optique de développement rural durable. Les terroirs sont bien positionnés car ils jouissent d'avantages comparatifs fondés sur la spécificité du lieu et des savoir-faire. En outre, et c'est là le retournement de l'histoire, les terroirs ont la chance d'avoir été épargnés des effets des pratiques agraires intensives, d'avoir maintenu certaines méthodes plus traditionnelles et d'avoir préservé leurs attributs et leur identité locale malgré la mondialisation plastifiante. Le type d'innovation institutionnelle dont fait mention Barham pourrait dès lors inclure la formation de grappes et inclure des acteurs intersectoriels. La pertinence d'un tel type de développement repose sur le fait qu'il se développe autour de la pérennité des ressources que l'on se doit de protéger car ce sont elles qui se conjuguent pour donner la spécificité

aux produits labellisés d'origine. La figure suivante illustre à quoi pourrait ressembler une grappe des entreprises des terroirs au Québec.

Figure 3 Développement durable autour des grappes des entreprises du terroir



Adapté de Porter (1998)

Dans cet exemple, la grappe est constituée de représentants de l'État, de groupes de pression et de consommateurs, d'institutions du milieu de l'enseignement, d'entreprises de la chaîne de valeur des producteurs du terroir tels les fournisseurs et les restaurants, bref une multitude d'acteurs qui ont un intérêt pour la question. Ainsi, les universités, les centres de recherche et les écoles d'agriculture, les associations touristiques et l'ensemble de leurs acteurs, les mouvements sociaux de l'agriculture durable, les organismes publics pourraient collaborer afin de participer au développement rural durable autour des entreprises du terroir. Le type de collaboration est multiple : partage de résultats d'étude concernant les tendances de consommation, promotion croisée, coopération afin de développer des circuits communs de distribution, mutualisation de divers coûts, partage

d'infrastructures et d'expérience, etc. Dans un tel modèle, tous les collaborateurs retirent des bénéfices de cette participation car chacun complète son expertise spécifique avec celle des autres participants.

Conclusion

Leo Bertozzi, président du Consortium *Parmigiano Reggiano*, défend son appellation et toutes les autres en affirmant que « c'est la diversité qui fait la richesse des peuples. ». Aux termes de ce qui précède, on conviendra que cette richesse culturelle favorise le développement rural durable tel que le suggère les modèles de Barham (2003) et de Porter (1998). Bien qu'il s'agisse de PME, les bénéfices économiques ne sont certes pas négligeables. À titre d'exemple, cette économie représente pour la France 19 milliards d'euros (16 milliards pour les vins et spiritueux et 3 milliards pour les produits agroalimentaires) et, malgré son caractère «micro», elle fait vivre 138 000 exploitations. En Italie, les 420 indications géographiques (300 pour les vins et spiritueux et 120 pour d'autres produits) correspondent à des recettes de 12 milliards d'euros (5 milliards d'euros pour les vins et spiritueux et 7 milliards d'euros pour les autres produits) et offrent un emploi à plus de 300 000 personnes (ORIGIN, 2004). Au surplus, on retrouve 30% plus de travailleurs dans une filière AOC que dans une filière non certifiée. Dans ces régions arides et difficiles, dans ces terres de roches comme à Roquefort, le développement micro-économique autour des labels d'origine et des produits du terroir permet la création, le maintien et la consolidation d'actifs locaux : une école, un médecin, des commerces, une bibliothèque...

Porter a décrit le phénomène des grappes pour rendre compte du succès d'industries diverses dans des endroits localisés dans le monde. Généralement, il était question d'entreprises de taille considérable. Nous croyons toutefois qu'un tel modèle peut se transposer avec succès à de petites entreprises du terroir. Celles-ci possèdent en effet des avantages comparatifs propres à répondre aux besoins d'un segment de marché en croissance constitué de consuméristes politiques (Micheletti, 2003). On doit par ailleurs retenir des modèles de Barham (2003) et de Porter (1998) qu'ils regroupent une

multiplicité d'acteurs. En effet, l'État, le marché et la société civile sont représentés dans le modèle des grappes. Cette multiplicité et cette hybridité d'acteurs pourraient sembler un obstacle car elles représentent aussi une multiplicité d'objectifs, de besoins et de moyens. À l'instar de Porter, nous croyons que les avantages compétitifs reposent justement dans cette multiplicité d'acteurs paradoxalement réunis autour de spécificités locales.

Bibliographie

- Allaire, Yvan, Firsirotu, Mihaëla. 2002. *Stratégies et création de valeur*, Chaire Bombardier en gestion des entreprises transnationales, UQAM.
- Barham, Elizabeth. 2002. Towards a theory of values-based labeling. *Agriculture and Human Values*, no. 19: 349-60.
- Barham, Elizabeth. 2003. Translating Terroir: the Global Challenge of French AOC Labeling. *Journal of Rural Studies*: 127-38.
- Barham, Elizabeth. 2004. Notes de conférence. The Missouri Regional Cuisines Project. In «*De Charlevoix à Doha, quel espace pour les initiatives d'agriculture durable ?*», Chaire de responsabilité sociale et de développement durable, UQAM.
- Collis, David J. et Cynthia A. Montgomery. 1995. Competing on Resources: Strategy in the 1990s. *Harvard Business Review*: 118-28.
- COMMISSION MONDIALE SUR L'ENVIRONNEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT (CMED), 1988. *Notre avenir à tous*, Éditions du Fleuve / Les publications du Québec, Montréal, 434 p.
- Enright, Michael J Brian H Roberts. 2001. Regional clustering in Australia. *Australian Journal of Management*, pp. 65-85.
- Goodman, David. 2004. Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change, *Sociologia Ruralis*, vol. 44, no. 1: 3-16.
- Hinrichs, Clare. 2000. Embeddedness and Local Food Systems: Notes on Two Types of Direct Agricultural Market. *Journal of Rural Studies*, no. 16: 295-303.
- Hinrichs, Clare C. 2003. The Practice and Politics of Food System Localization, *Journal of Rural Studies*: 47-60.
- Jenkins, Tim et Nicholas Parrott. 2003. The Commodification of Heritage and Rural Development in Peripheral Regions: Artisanal Cheesemaking in Rural Whales. In William Lockeretz, *Ecolabels and the Greening of the Food Market*.
- Lang, Tim. 1999. The Complexities of Globalization: The UK as a Case Study of

Tensions Within the Food System and the Challenge to Food Policy. *Agriculture and Human Values* 16: 169-85.

Michelleti, Michelle. 2003. *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action*. Palgrave/ St. Martin's.

Miles, Steven. 1998. *Consumerism as a Way of Life*, California: Sage Publications. 174 p.

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec.

<http://www.agr.gouv.qc.ca/agricultureurable/index.htm> Consulté le 4 avril 2004

Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, OMPI

<http://www.wipo.int/index.html.fr> Consulté le 2 février 2004

ORIGIN, Commission européenne. Memo 03/160. 2003. Quelle est l'importance pour nous des indications d'origine? Consulté le 19 mars 2004. <http://www.origin-gi.com/upload/download/DocsOrigin/memo-fr.pdf>

Porter, Michael E. 1998. Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*: 77-90.

Ray, Paul H. et Sherry Ruth Anderson. 2000. *The Cultural Creatives. How 50 million People are changing the World?* NewYork: Three Rivers Press ed., 370 p.

Tregear, Angela. 2003. From Stilton to Vimto: Using Food History to Re-think Typical Products in Rural Development. *Sociologia Ruralis* 43, no. 2: 91-107.

Van der Ploeg et al. 2000. Rural development: From Practices and Policies towards Theory. *Sociologica Ruralis* 40, no. 4: 391-408.

Quand la mode est aux codes

Par Marie-Hélène Blais et Bouchra M'Zali

Le consumérisme politique, incluant l'investissement socialement responsable, est un phénomène qui prend de plus en plus d'envergure dans les sociétés occidentales. Selon Micheletti (2003), le consumérisme politique émane de la combinaison des phénomènes de mondialisation et d'individualisation, puisque les problèmes sont d'ordre mondial et que le citoyen se responsabilise individuellement.

En fait, le consumérisme politique souligne le décalage entre l'économie globalisée sans limite et la mondialisation politique restreinte. Le mécontentement populaire est ainsi de moins en moins tourné vers les arènes politiques traditionnelles, cantonnées dans l'État-nation, qui traînent à se mondialiser. Dû à cette inertie politique mondiale, les citoyens sont poussés à développer eux-mêmes, individuellement ou collectivement, des méthodes pour outrepasser les frontières du politique et ramener l'économie à une envergure plus limitée. D'autre part, l'individualisation et la participation citoyenne soulignent le besoin des gens de prendre plus de responsabilité pour leurs actes afin de résoudre les problèmes d'ordre local, national et mondial.

C'est dans ce contexte que nous voyons émerger depuis les deux dernières décennies de plus en plus de groupes de pression qui défendent des causes de tous genres hors de la sphère politique traditionnelle. Selon Gendron, Lapointe et Turcotte (2004) : «Désormais, l'entreprise doit répondre [...] à l'action de nouveaux mouvements sociaux qui utilisent des moyens économiques de pression».

Une des industries qui peut être sensible à ce phénomène est celle du textile et du vêtement qui a été particulièrement ciblée par le consumérisme politique. Depuis le début des années 90, l'industrie du vêtement a été pointée du doigt pour les mauvaises conditions de travail dans les usines d'assemblage d'ici et d'outremer. Les groupes de

pression lui reprochent surtout le travail des enfants, des horaires de travail surchargés, des salaires de crève faim et le refus d'accorder la syndicalisation aux employés (Sweatshop Watch).

Nombre de grandes marques ont été la cible de campagnes de boycotts, notamment Nike, Levis et Gap pour ne nommer que les cas les plus notoires. Même les célébrités ne sont pas à l'abri de la controverse. Récemment, le rapper P. Diddy a été très embarrassé, lorsque les médias ont divulgué que sa ligne *Sean John* était assemblée en Honduras dans de mauvaises conditions (*Guardian* (NY), 30 octobre 2003).

L'industrie a réagi à ces demandes de plus en plus fortes des groupes de pression et du public en général en adoptant des codes de conduite¹⁶ qui régissent les conditions de travail dans leurs usines et celles de leurs sous-traitants. Ces initiatives peuvent provenir de l'industrie et des associations d'affaires tel le WRAP, d'organisations non-gouvernementales (ONG) tel le WRC, qui est surtout composé d'universités, ou d'efforts multipartites tel le code du FLA qui a été mis sur pied par le président Clinton en 1996 (De Bellefeuille, Blais et Bouslah, 2004).

Plusieurs études dans le passé ont tenté de prouver l'existence d'un lien entre la responsabilité sociale et la performance financière des entreprises. Or, elles se sont heurtées à un problème fondamental de mesure, tel que décrit par Waddock et Graves (1997). En premier lieu, il convient de décrire la responsabilité sociale de l'entreprise comme étant un construit multidimensionnel qui inclut autant le contrôle de la pollution, les conditions de travail, le traitement des femmes et des minorités au sein de la firme et la relation avec la communauté. En second lieu, ces comportements se produisent dans différentes industries qui se caractérisent par des histoires et des contingences qui leurs sont propres, qui sont souvent aux prises avec des aspects précis de la responsabilité sociale qui leur sont spécifiques et qui se situent à divers niveaux de performance sociale.

¹⁶ L'OCDE définit un code de conduite comme étant un engagement pris volontairement par une société ou une organisation d'appliquer certains principes et normes de comportement à la conduite de ses activités ou opérations.

Waddock et Graves (1997) pointent ces problèmes méthodologiques pour expliquer l'incertitude entourant la relation entre la performance sociale et la performance financière des entreprises. C'est dans la perspective d'éviter ces problèmes que nous ne retiendrons qu'une seule facette de la responsabilité sociale, les codes de conduites qui régissent les relations entre employeur et employés, et, ce, dans une seule industrie particulièrement dénoncée pour ses conditions de travail douteuses, soit l'industrie du textile.

Nous tenterons de brosser le portrait des entreprises socialement responsables, c'est-à-dire qui ont adopté un code de conduite, dans l'industrie textile¹⁷. Plus spécifiquement, nous tenterons d'examiner le lien, s'il y a lieu, entre la performance financière et la performance sociale en rapport avec le secteur d'activités des firmes cotées en bourses.

Revue de la littérature

Régulation sociale

Dans la foulée de l'investissement socialement responsable et du consumérisme politique, les entreprises cotées en bourse sont de plus en plus redevables devant leurs actionnaires quant aux conditions dans lesquelles sont fabriqués les produits. Il ne s'agit plus simplement pour l'entreprise de maximiser la richesse des actionnaires, il faut aujourd'hui qu'elle gère ses relations avec toutes les parties prenantes incluant les actionnaires, les employés, les groupes de pression, les consommateurs, l'État, les fournisseurs etc.

Différents acteurs font pression sur la firme afin qu'elle modifie ses relations avec le monde qui l'entoure. En amont, les actionnaires peuvent fortement influencer le comportement de la firme par le biais de l'activisme actionnarial ou de l'investissement socialement responsable qui ne cesse de gagner en popularité en Amérique du Nord et en

¹⁷ Nous incluons dans l'industrie textile, pour le but de cette étude, les secteurs du textile, du vêtement et de la chaussure et, ce, autant en ce qui a trait à la fabrication qu'à la vente au détail. Nous sommes conscients des particularités de chacun de ces secteurs, mais les considérerons comme une seule entité pour l'instant.

Europe. Selon Laprun (2000), l'investissement dit socialement responsable ou éthique désigne une forme d'investissement qui intègre des considérations éthiques et morales dans le processus de sélection des titres. Le processus de sélection peut suivre une logique de filtrage positif, soit désigner les entreprises les plus responsables de chaque secteur industriel, ou un filtrage négatif qui s'appuie essentiellement sur des exclusions sectorielles (Vogel, 2004). Notre échantillon étant entièrement composé d'entreprises cotées en bourse nord-américaine, l'investissement socialement responsable peut influencer leur motivation à se conformer aux pressions des parties prenantes, surtout lorsque nous prenons en considération que, aux États-Unis, un dollar sur huit gérés en portefeuille, est investi dans des entreprises considérées comme socialement responsables (Sinton 2001, cité par Vogel 2004). Ainsi, la régulation sociale représente une forte motivation pour les entreprises de tous secteurs confondus à se conformer aux attentes des parties prenantes. Quant à la notion d'activisme actionnarial, elle désigne les efforts des investisseurs, institutionnels ou individuels, qui se prévalent de leurs droits et responsabilités en tant qu'actionnaires pour influencer ou changer le comportement de la firme. Ils peuvent, entre autres, exprimer leurs préoccupations directement à l'entreprise ou déposer des résolutions d'actionnaires lors des assemblées annuelles. L'entreprise ne peut donc plus reléguer aux oubliettes les causes sociales et environnementales, puisqu'elle devra faire face à la menace des actionnaires dits éthiques.

En aval, les consommateurs bénéficient d'une position privilégiée pour faire part de leur opinion face aux produits de consommation qui leurs sont offerts. Selon Micheletti (2003), le consumérisme politique est une nouvelle forme d'engagement social en réponse à la mondialisation de l'économie qui ne peut être contrôlée par les arènes politiques traditionnelles, cantonnées dans l'État-nation. Les citoyens, grâce à leur consommation, ont maintenant la possibilité d'exprimer leurs opinions par le biais de boycotts et de «buycotts» sur des sujets tels que la justice sociale et l'environnement qui relevaient autrefois de la sphère politique : c'est la politisation des produits de consommation. Par contre, à l'instar de Vogel (2004), il faut mentionner que seuls les produits facilement identifiables et fréquemment achetés peuvent être la cible de

boycotts. Nous retrouvons, entre autres, dans cette catégorie l'industrie du vêtement et de la chaussure.

Impacts financiers de la responsabilité sociale

Depuis quelques années, les chercheurs tentent d'évaluer l'impact de la régulation sociale sur les résultats financiers des entreprises. Waddock et Graves (1997) fournissent une vue d'ensemble des recherches qui ont étudié le lien entre les performances sociale et financière des entreprises et des hypothèses qui leur sont sous-jacentes. Les auteurs identifient deux enjeux cruciaux en ce qui a trait à la formation des hypothèses de départ : le signe de la relation et la direction de cause à effet. Les combinaisons possibles des hypothèses de ces enjeux sont au nombre de six.

Le signe de la relation peut être négatif, neutre ou positif. L'hypothèse voulant que la relation soit négative se base sur la notion, largement diffusée par Friedman (1970), que les firmes qui opèrent de façon responsable engagent des dépenses inutiles. Il s'agit donc d'un désavantage compétitif auquel les concurrents de la firme ne sont pas soumis. D'autre part, certains chercheurs, tel que Ullman (1985), croient qu'il y a tellement de variables qui entrent en jeu dans la performance sociale et financière des entreprises qu'il n'y a aucune raison de s'attendre à ce qu'une relation existe, autre qu'aléatoire. Les tenants de cette hypothèse estiment donc que la relation sera neutre. Finalement, l'hypothèse que la relation sera positive se fonde sur plusieurs notions compatibles entre elles. L'analyse basée sur les parties prenantes propose qu'il existe un équilibre entre les coûts explicites (dividendes aux actionnaires) et les coûts implicites aux autres parties prenantes (coût associé à la qualité du produit, coûts environnementaux, etc.). Ainsi, en tentant de diminuer les coûts implicites, la firme sera aux prises avec l'augmentation de ses coûts explicites qui se traduit par un désavantage compétitif. Un autre point de vue suggère que les coûts rattachés à la performance sociale de l'entreprise sont faibles par rapport aux bénéfices potentiels qu'ils peuvent générer. Enfin, il existe une autre perspective pour expliquer pourquoi la relation serait positive. Les tenants de cette optique diront qu'une performance sociale élevée de l'entreprise est l'indicateur d'une gestion supérieure qui en retour mène à des coûts explicites inférieurs.

Ces considérations et l'impact marqué au cours des récentes années de la régulation sociale nous amènent à formuler l'hypothèse suivante :

H1 : La relation entre l'adoption d'un code de conduite et la performance financière sera positive dans l'industrie du vêtement.

Quant à la direction de cause à effet, il existe deux théories qui s'opposent, soit celle des ressources marginales (*slack resources*) et celle de la bonne gestion (*good management*). Les théoriciens des ressources marginales (McGuire et al. 1988, 1990) apportent comme argument qu'une meilleure performance financière mène potentiellement à la disponibilité de ressources excédentaires qui donnent à la firme la possibilité d'investir dans le domaine de la performance financière. A contrario, les théoriciens de la bonne gestion (Freeman, 1984) sont d'avis que la corrélation entre les bonnes pratiques de gestion et la responsabilité sociale de la firme est due simplement au fait que la performance sociale corporative améliore les relations avec les parties prenantes menant à une performance générale supérieure. En plus, selon Pralahad et Hamel (1994), la perception positive des consommateurs face à la qualité et à la nature des produits de la firme est vue de plus en plus comme étant un avantage compétitif rendant la distinction entre la bonne gestion et la performance sociale floue. Waddock et Graves (1997) croient que la performance sociale corporative est autant une prédition qu'une conséquence de la performance financière de la firme. Les auteurs qualifient la relation simultanée comme étant un cercle vertueux où, toutes choses étant égales par ailleurs, une meilleure performance financière améliore la performance sociale qui, elle, améliore la performance financière en retour.

Parallèlement, la performance financière repose en partie sur les revenus de la firme. Les entreprises les plus exposées à de potentielles actions, tels des boycotts, pouvant affecter leurs ventes sont plus susceptibles d'adopter un comportement socialement responsable. Ainsi, la deuxième hypothèse que nous testerons est que les entreprises du secteur textile qui sont plus en contact direct avec les consommateurs, et donc qui peuvent être plus

directement ciblées par des groupes de pression adopteront plus facilement des comportements socialement responsables.

H2 : Les entreprises du secteur textile en contact direct avec les consommateurs, c'est-à-dire les entreprises spécialisées dans la vente au détail, adopteront davantage un comportement socialement responsable que les entreprises manufacturières de cette même industrie.

3. Méthodologie

Échantillonnage

L'échantillon initial se compose de soixante-trois entreprises publiques dont les titres sont transigés sur le marché nord-américain. L'échantillon a été généré à l'aide de la base de données *Mergent Online* qui permet une recherche par code SIC¹⁸. Nous avons identifié six codes généraux comme étant les plus représentatifs de l'industrie du textile, du vêtement et de la chaussure. Nous avons aussi ajouté deux entreprises dont les codes sont pourtant hors contexte, car nous les considérons importantes.

Tableau 1
Répartition de l'échantillon selon les codes SIC

Groupe SIC	Nombre d'entreprises
20, Manufacturing of Food and Kindred Products ¹⁹	1
22, Manufacturing of Textile Mill Products	9

¹⁸ Le système Standard Industrial Classification (SIC) existe depuis plus de soixante ans aux Etats-Unis et sert de structure pour la collecte, l'agrégation, la présentation et l'analyse de l'économie américaine classée par secteur industriel. Pour plus d'information, se référer au : <http://www.osha.gov/oshstats/naics-manual.html>.

¹⁹ Nous avons choisi d'inclure la firme Sara Lee, qui fait pourtant partie du groupe SIC 20, car 35% de ses ventes proviennent de sa division de sous-vêtements. Cela représente des ventes s'élevant à 6,4 milliards de dollars US pour l'année 2003.

23, Manufacturing of Apparel and Other Finished Products Made From Fabrics and Similar Materials	15
3021, Manufacturing of Rubber and Plastic Footwear	6
31, Manufacturing of Leather and Leather Products	8
39, Miscellaneous Manufacturing Industries ²⁰	1
51, Wholesale of Apparel, Piece Goods and Notions	1
56, Retail Trade of Apparel and Accessory Stores	22

Un autre élément intéressant de notre échantillon est que les grandes entreprises ont recours massivement à la délocalisation et doivent gérer un important réseau de sous-traitance de leur production. À titre d'exemple, Gap a près de 3 000 sous-traitants pour sa production annuelle. Le tableau suivant fait état du niveau de sous-traitance pour les quatre plus importants designers aux Etats-Unis en date de juin 2000. Il est à noter que Polo Ralph Lauren, Tommy Hilfiger et Liz Claiborne font partie de notre échantillon en tant que tel. Quant à Calvin Klein, cette marque a été acquise par Phillips Van Heusen qui fait aussi partie de notre échantillon.

²⁰ Nous avons aussi ajouté l'entreprise Tefron, qui fait partie du groupe 39, car elle produit des sous-vêtements pour de grands noms.

Tableau 2
Niveau de sous-traitance pour les quatre plus importants
designers aux États-Unis (juin 2000)

Évaluation de la sous-traitance ²¹				
Marque	Polo Ralph Lauren	Tommy Hilfiger	Calvin Klein	Liz Claiborne
Degré de délocalisation	Partielle (34% USA)	Totale	nd	Quasi totale
Nombre de sous-traitants	310	nd	Très peu, car dominé par licences	250
Principales zones de production	Hong Kong, Malaisie, Canada	Indonésie, Thaïlande, Inde, Philippines, Ile Maurice	nd	Asie du Sud-Est, Caraïbes, Amérique centrale

Avant même d'effectuer les tests, ces premières données peuvent nous inciter à croire que les entreprises qui ont de tels nombres de sous-traitants auront tendance à adopter des codes de conduite pour tenter de contrôler ces derniers et ainsi de protéger leur image face aux groupes de pression. Tandis que les entreprises de taille plus restreinte qui ont moins de sous-traitants et sont moins les cibles des groupes de pression peuvent se passer de codes de conduite.

Collecte de données

À la suite de la création de notre échantillon, nous avons évalué chacune des firmes par rapport à différentes variables qui nous seront utiles pour comparer les entreprises entre elles.

Premièrement, nous avons parcouru chacun des sites Internet des firmes de l'échantillon afin de déterminer leur niveau de performance sociale. Il s'agit de déterminer dans quelle catégorie prédéterminée se trouve l'entreprise. Les catégories possibles sont :

0 – Aucun engagement social ou œuvre de charité seulement;

²¹ CFCE/Centre Français du Commerce Extérieur.

- 1 – Code d'éthique général s'appliquant aux employés de la firme;
- 2 – Code de conduite spécifique aux relations avec les employés et sous-traitants.

Le code d'éthique général est un code qui vise à régir les comportements des employés pour éviter certaines situations, tels les pots-de-vin. Nous trouvons les firmes qui ont des codes d'éthique plus responsables socialement par rapport à celles qui n'en ont pas dans la mesure où elles font tout de même un effort pour partager la philosophie d'entreprise à tous les employés afin d'éviter certaines situations embarrassantes. Quant au code de conduite spécifique, il se réfère à la définition donnée plus tôt et vise à définir les conditions de travail minimales.

Cette méthode est inspirée d'un article de Bansal et Clelland (2004). Ce type de catégorisation de la performance sociale de la firme présente l'avantage d'être simple et direct, c'est-à-dire qu'il n'est pas nécessaire de se référer à une agence de notation et se concentre sur l'aspect spécifique de notre recherche, soit la responsabilité de l'entreprise face aux conditions de production de sa marchandise. En effet, nous aurions pu utiliser un indice de style KLD, mais il aurait intégré des dimensions hétérogènes de la responsabilité sociale.

Ensuite, nous nous sommes référés à la base de données *Mergent Online* afin de compléter la collecte de données en notant pour chacune des entreprises le chiffre d'affaires.

Résultats

Afin de tester la première hypothèse, nous avons effectué une analyse de la variance (ANOVA) entre le niveau de responsabilité social atteint et le chiffre d'affaires.

Tableau 3
Analyse de la variance entre le niveau de responsabilité
social atteint et le chiffre d'affaires

ANOVA					
Chiffres d'affaires (2003)					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,91E+20	2	9,541E+19	8,870	,000
Within Groups	6,45E+20	60	1,076E+19		
Total	8,36E+20	62			

Malgré des écarts-types très élevés, le résultat de l'analyse de la variance est incontestable grâce à une F de Fisher de 8,870 et un niveau de signification de 0. Nous devons rejeter l'hypothèse nulle voulant que toutes les moyennes ne soient pas statistiquement différentes : au moins une des moyennes n'est pas égale aux autres.

Tableau 4
Test de Scheffe des moyennes des chiffres d'affaires associées aux
niveaux de performance sociale

Chiffres d'affaires (2003)				
Scheffe ^{a,b}	niveau social recode	Subset for alpha = .1		
		N	1	2
	aucun engagement ou oeuvre de charité	29	1,1E+09	
	code d'éthique général	16	1,6E+09	
	code de conduite spécifique	18		5,1E+09
	Sig.		,900	1,000

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 19,667.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Sur la base du test de Scheffe, les moyennes des chiffres d'affaires associées aux deux premiers niveaux de performance sociale ne sont pas statistiquement différentes, soit 1,14 milliard \$ et 1,62 milliard \$ respectivement. Tandis que la moyenne des chiffres d'affaires pour les entreprises ayant un code de conduite spécifique à la gestion des relations avec leurs fournisseurs est nettement supérieure se situant à 5,14 milliards \$.

D'autre part, l'industrie textile peut être structurée en deux grandes catégories : la première comprend les entreprises en contact direct avec les consommateurs, alors que la seconde inclut les entreprises manufacturières. Cette segmentation repose sur l'hypothèse implicite que les entreprises de la première catégorie sont plus enclines à adopter un comportement socialement responsable car, étant en contact avec les consommateurs, elles sont plus sensibles à des boycotts potentiels et sur elles plane la menace constante du consumérisme politique; menace à laquelle échappent les entreprises de la seconde catégorie. Afin de vérifier si les entreprises qui sont les plus visibles et sensibles, car en contact direct avec les consommateurs, adoptent plus souvent un comportement socialement responsable que celles qui sont manufacturières, nous avons effectuer une analyse croisée entre le niveau de responsabilité sociale atteint et le secteur d'activité de la firme pour vérifier s'il y a une relation entre ces deux variables.

Afin de simplifier les résultats et de respecter les conditions statistiques²² du tableau croisé, nous avons pris soin de classer les entreprises en deux catégories : manufacturière et vente au détail. Ainsi, nous avons recodé la variable indépendante indiquant le groupe SIC comme suit. Les groupes SIC 20, 22, 23, 3021, 31 et 39 ont été reclasés dans la catégorie 1, soit manufacturière, alors que les groupes SIC 513 et 56 ont été reclasés dans la catégorie 2 représentant le secteur de la vente au détail.

²² Le tableau croisé doit respecter les conditions voulant que toutes les cases aient une valeur supérieure à 1 et que moins de 20% des cases aient une valeur inférieure à 5.

Tableau 5
 Répartition de l'échantillon selon la nouvelle codification

Groupe SIC	Nombre d'entreprises	Variable recodée	Nombre d'entreprises
20	1		
22	9		
23	15		
3021	6	1	40
31	8		
39	1		
513	1	2	
56	22		23

Tableau 6
 Test du khi carré entre le niveau de performance social atteint et le secteur d'activité des firmes

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,979 ^a	2	,613
Likelihood Ratio	,995	2	,608
Linear-by-Linear Association	,371	1	,543
N of Valid Cases	63		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,84.

La valeur du khi carré associée au tableau croisé est de 0,979 et le niveau de signification est de 0,613. Le niveau de signification étant beaucoup plus élevé que le alpha prédéterminé, nous ne pouvons rejeter l'hypothèse nulle : les deux variables sont indépendantes dans la population. Il n'y a donc aucun lien entre le fait d'adopter un code de conduite et le secteur d'activité de la firme.

5. Analyse des résultats

L'analyse de la variance et le tableau croisé tendent à prouver que le chiffre d'affaires et la performance sociale, soit l'adoption d'un code de conduite, sont positivement liés peu importe le secteur d'activité de la firme. Ainsi, la première hypothèse de départ est soutenue, tandis que la seconde est rejetée. Toutefois, comment expliquer ces résultats en termes de théories sous-jacentes et comment expliquer les conclusions liées au test de la deuxième hypothèse ? Tel qu'exposée dans la partie théorique, l'hypothèse de la relation positive se base sur diverses notions. Toutefois, il est difficile de tirer des conclusions à partir de nos résultats quant à ces notions.

Une piste de solution, en ce qui a trait à l'industrie textile, est la théorie de la régulation sociale où les entreprises les plus visibles, qui ont de gros chiffres d'affaires, sont sujettes à être la cible de groupes de pression et se prémunissent en adoptant des codes. Cela expliquerait pourquoi nous avons trouvé que les firmes qui ont adopté des codes de conduite ont une moyenne de revenus beaucoup plus élevée que les autres. De plus, comme elles ont tendance à sous-traiter leurs activités, et que l'accréditation qu'elles obtiennent ou le code qu'elles adoptent s'applique à l'ensemble de leur chaîne de production, elles doivent donc l'exiger aussi de leurs sous-traitants. Cette suggestion permettrait d'expliquer en partie le non rejet de la deuxième hypothèse nulle.

Conclusion

Cette étude empirique met en relief la performance financière et la performance sociale de l'entreprise, mesurée par l'adoption d'un code de conduite, et les relations qui peuvent exister entre elles. Nous avons établi qu'il y a un lien entre le chiffre d'affaires et le niveau de performance sociale de la firme dans l'industrie du textile et du vêtement et, ce, peu importe si elles sont manufacturières ou non.

Toutefois, d'autres recherches sont nécessaires dans ce domaine afin de mieux comprendre le phénomène. Une des pistes de recherche intéressante est l'étude de

l'impact de l'adoption d'un code de conduite sur le cours des actions ou, en d'autres termes, la vérification empirique de l'appréciation de la responsabilité sociale par les marchés financiers.

Bibliographie

- ASQUITH, Paul, MULLINS, David W., "Equity issues and offering dilution", *Journal of Financial Economics*, 15, pp. 61-89.
- BANSAL, Pratima, CLELLAND, Iain, "Talking Trash: Legitimacy, Impression Management, and Unsystematic Risk in the Context of the Natural Environment", *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No 1, 2004, pp. 93-103.
- CHAREST, Guy, "Dividend information, stock returns, and market efficiency-II", *Journal of Financial Economics*, 6, p. 297-330.
- FAMA, Eugene, Lawrence Fisher, Micheal C. Jensen et Richard Roll, "The Adjustment of Stock Prices to New Information", *International Economic Review* 10, 1969, p. 1-21.
- FAMA, Eugene F., "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work", *Journal of Finance*, 25, 1970b, p. 383-417.
- FAMA, Eugene F., "Efficient Capital Markets: II", *The Journal of Finance*, Vol. XLVI, No 5, décembre, 1991, p. 1575-1617.
- FREEMAN, R.E., and D.R. Gilbert, Jr., *Corporate Strategy and the Search for Ethics*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 222 p.
- FRIEDMAN, Milton, "Social responsibility of business", *New York Times Magazine*, 13 septembre 1970.
- GENDRON, Corinne, Alain Lapointe et Marie-France Turcotte, «Responsabilité sociale et régulation de l'entreprise mondialisée», *Relations industrielles / Industrial Relations*, Vol. 59, No 1, 2004, p. 76.
- LAPRUN, Sandrine, *Étude exploratoire des caractéristiques des fonds éthiques français*, Université du Québec à Montréal, Montréal, 2000, 227 p.
- LE DORTZ, Laurent, DEBOSSCHER, Béatrice, *Stratégies des leaders américains de la mode*, Centre Français du Commerce Extérieur, Paris, 2000, 191 p.
- MANDELKER, Gherson, "Risk and return : The case of merging firms", *Journal of Financial Economics*, 1, pp. 303-336.
- McGUIRE, J.B., T. Schneeweiss et A. Sundgren, "Corporate social responsibility and firm financial performance", *Academy of Management Journal*, 31(4), 1988, pp. 854-872.
- McGUIRE, J.B., T. Schneeweiss et B. Branch, "Perception of firm quality: A cause or result of firm performance", *Journal of Management*, 16(1), pp. 167-180.

McWILLIAMS, Abigail, SIEGEL, Donald, "Event Studies in Management Research : Theoretical and Empirical Issues", *Academy of Management Journal*, 1997, Vol. 40, No 3, pp. 626-657.

MICHELETTI, Michele. 2003. "Why Political Consumerism?", in *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism and Collective Action*, p. 1-36, New York, Palgrave MacMillan, 247 p.

PRALAHAD, C. K., HAMEL, G., "Strategy as a field of study: Why search for a new paradigm?", *Strategic Management Journal*, Summer Special Issue, 15, pp. 5-16.

Sweatshop Watch

<http://www.sweatshopwatch.org/swatch/questions.html#sweatshops> [consulté : 19 mai 2004]

ULLMAN, A.H., "Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of U.S. firms", *Academy of Management Review*, 10(3), pp. 540-557.

VOGEL, David. 2004. "Tracing the American Roots of the Political Consumerism Movement". In Michele Micheletti, Andreas Follesdal, and Dietlind Stolle (edit). *Politics, Products and Market. Exploring Political Consumerism Past and Present*, Transaction Publishers, 2004.

WADDOCK, Sandra, GRAVES, Samuel B., "The Corporate Social Performance – Financial Performance Link", *Strategic Management Journal*, Vol. 18 4, 1997, pp. 303-319.

YOUNGE, Gary. 2003. «Taking the rap for fashion "slaves"». *Guardian* (New York), 30 octobre.

**CHAIRE de responsabilité
sociale et de
développement durable**
ESG UQÀM

École des sciences de la gestion | Université du Québec à Montréal
Case postale 6192 | Succursale Centre-Ville | Montréal (Québec) | H3C 4R2
Téléphone : 514.987.3000 #6972 | Télécopieur : 514.987.3372

Adresse civique : Pavillon des sciences de la gestion | local R-2885
315, rue Sainte-Catherine Est | Montréal (Québec) | H2X 3X2

Courriel : crsdd@uqam.ca | Site web : www.crsdd.uqam.ca

ISBN 2-923324-28-5
Dépôt Légal – Bibliothèque nationale du Québec, 2005