

Introduction au numéro spécial « certification et développement durable »

By/Par	Aurélie Carimentrand et Denis Requier-Desjardins
	A.T.E.R à l'Institut des Hautes Etudes de l'Amérique Latine aureliecarimentrand@yahoo.fr
	Institut d'études politiques de Toulouse et Chercheur au LEREPS denis.requier-desjardins@univ-tlse1.fr

Les motivations éthiques du consommateur sont considérées comme la base de la consommation de produits alimentaires qualifiés, que ce soit autour de caractéristiques éthiques de durabilité environnementale (produits alimentaires biologiques mais aussi produits de la pêche ou forestier résultant d'une exploitation raisonnable) ou sociale (les diverses formes de commerce équitable) ou même de la reconnaissance des patrimoines locaux et la promotion du développement local à travers les systèmes d'indication géographique. Les consommateurs seraient à même ainsi d'exercer leur pouvoir de « boycott » (Micheletti, 2003), pour privilégier le maintien de ces caractéristiques. C'est pourquoi cette thématique est un champ privilégié pour la réflexion sur les liens entre éthique et économie. De ce point de vue de nombreuses questions se posent :

- Une première série de débats découle de la caractérisation même des motivations des consommateurs et de leur lien avec un principe éthique : l'exemple d'un décalage peut être trouvé dans le cas des produits biologiques, qui répondent à un cahier des charges orienté vers la minimisation des impacts environnementaux des pratiques agricoles mais qui sont souvent choisis pour des caractéristiques hygiéniques, sanitaires ou de goût, réelles ou supposées, répondant à des motivations relativement égoïstes (Sylvander, 2000 ; Neyrat et Klein, 2005).
- Une seconde série de débats concerne les relations entretenues au sein des « chaînes de valeur » concernées entre des parties prenantes dont la localisation géographique, les fonctions, les intérêts et les représentations, y compris en matière éthique, peuvent très largement diverger et qui sont diversement dotées en ressources matérielles ou intangibles et en information. Dans ces conditions, à supposer la pureté des motivations des consommateurs, on peut mettre en doute que les choix qu'ils effectuent soient toujours cohérents avec les principes qu'ils privilégient. La question de la garantie de l'information sur les caractéristiques éthiques des produits, qui renvoient à la confiance et aux ressources cognitives dont peuvent disposer les

consommateurs est évidemment centrale : on se trouve en effet typiquement en face de ce que l'on nomme généralement des attributs de croyance (Darby et Karni, 1973), par définition non vérifiables directement par le consommateur. La certification est au centre de cette seconde approche, à la fois parce qu'elle est susceptible de constituer cette garantie et de susciter la confiance du consommateur, et parce qu'elle met en jeu dans un processus concret un ensemble de parties prenantes associées à la régulation de la chaîne de valeur, parties prenantes aux intérêts divergents, mais également diversement dotés en actifs ou en information. Elle joue donc un rôle central dans la faisabilité d'une « consommation éthique » (Carimentrand, 2008). Le présent dossier rassemble un certain nombre de contributions qui visent à évaluer dans quelle mesure elle est à même de jouer ce rôle. Il va de soi que la réponse à cette question dépend également des critères éthiques ou de justice qui sont mis en avant.

Nous souhaitons dans cet article introductif identifier les éléments cruciaux de ce questionnement avant de présenter brièvement les contributions.

Un premier élément résulte de la définition même du cahier des charges qui est à la base de tout processus de certification. Il traduit la motivation éthique de départ en un certain nombre de caractéristiques qui se prêtent à la définition d'indicateurs et de seuils, qui constituent autant d'éléments d'opérationnalité. Le cahier des charges repose d'abord sur une sélection des critères, puis sur une sélection des instruments de mesure enfin sur leur calibrage. Le processus est d'autant plus délicat que l'activité de production et la chaîne de valeur est complexe dans son organisation et étendue géographiquement. A ces différents niveaux peuvent se produire des écarts par rapport à la motivation éthique initiale. De plus les indicateurs devront ignorer les incertitudes en termes de connaissance des processus réels sous-jacents.

Un second élément résulte de l'identification des parties prenantes dans le processus de certification. La distinction classique entre certification par première partie (auto-certification), certification par seconde partie (par le consommateur ou ses organisations) et par tierce partie, fournit une première approche des différentes configurations possibles. On sait d'ailleurs que la certification est aujourd'hui assimilée essentiellement à la certification par tiers, qui paraît seule à même d'assurer un minimum de garantie, la certification par première partie étant assimilée à la communication et celle par seconde partie au « rating ». Cette première approche reste toutefois largement insuffisante si on prend en compte les éléments suivants :

- Il faut distinguer dans le processus de certification la construction du cahier des charges, c'est-à-dire de la norme, et la mise en place d'un dispositif de vérification. Si on retient aux deux niveaux les trois parties ci-dessus, le nombre des combinaisons augmente fortement. Même si on réduit la certification à la certification par tiers on est en présence de six combinaisons possibles faisant intervenir une tierce partie.
- Au-delà de cette identification des combinaisons, la nature des parties prenantes à la définition et au contrôle du respect du cahier des charges peut être très

variable : on distinguera, là aussi en première approche, des organismes publics à différents niveaux (national, régional, international) des organismes privés à but non lucratif tels que les ONG, ou des entreprises privées, impliquées dans la fourniture de ce qui apparaît comme une forme de bien public, à savoir le système de certification.

- La fourniture de ce « bien public » fait intervenir un critère d'efficacité du processus, distinct du critère éthique ou de justice à la base de la définition de l'objet de la certification. La question du conflit éventuel entre ces deux critères peut être posée et elle s'exprimera par des tensions au niveau même des composantes du processus de labellisation (cahier des charges, rôle et interaction des principaux acteurs...).
- La question du « droit de propriété » sur le système de labellisation se pose néanmoins dans la mesure où le cahier des charges fonctionne comme un dispositif d'exclusion. Mais le « droit de propriété » peut s'exercer sur les différents éléments du système, notamment la norme ou le dispositif de contrôle.
- Enfin la question de l'interaction de ces parties prenantes, que l'on peut considérer comme dotées de fonctions de préférences différentes, de dotations en ressources différentes et d'un accès différencié à l'information est évidemment posée, d'autant plus que la présence d'un système de certification, dispositif d'exclusion s'appliquant aux produits, permet de s'affranchir des dispositifs d'exclusion concernant les acteurs basés sur un engagement autour de valeurs communes. La mise en place de systèmes de labellisation a permis en effet de passer de filières « organisées » (ou « intégrées ») à des filières « labellisées » : l'évolution de la filière de l'agriculture biologique et de la filière du commerce équitable en est un exemple.

Les différentes contributions du dossier examinent ces différentes dimensions sur des secteurs particuliers (commerce équitable, produits de la forêt ou de la pêche, agriculture biologique) ou au plan plus général, en s'interrogeant notamment sur leur rôle dans la régulation de l'économie globalisée. Elles le font en mobilisant des critères éthiques.

Diaz Pedregal, partant du principe que la certification est un processus de sélection des parties prenantes, générée à la fois par les dispositions du cahier des charges et le processus de certification lui-même, s'interroge sur ce processus de sélection du point de vue des critères de justice développés par Jon Elster. L'interrogation éthique ne concerne plus uniquement la finalité du processus de qualification mais le processus lui-même au niveau de son élément essentiel, la certification.

Garcia Drigo, Piketty et Abramovay s'intéressent au cas des forêts communautaires au Brésil qui bénéficient de la labellisation *Forest Stewardship Council* (FSC), cette labellisation étant supposée bénéficier aux communautés. La montée de la dévolution de droits sur les forêts aux communautés indigènes rend cette question très actuelle. Les auteurs posent le problème du caractère durable de l'engagement dans la certification de ces communautés. Ils aboutissent à la conclusion que cet engagement est lié à la capacité de résoudre des questions tenant à la fois à la sécurité des droits reconnus et aux capacités de

gestion et de maîtrise du marché, ainsi qu'à l'autonomie vis-à-vis des ONG appuyant les projets.

Relot et Caillart s'intéressent à la certification des pêches en termes de « pêche responsable » et présentent l'ensemble des dispositifs d'écolabellisation existant. Ils soulèvent aussi les enjeux actuellement associés au développement de ces démarches volontaires, qui ne peuvent constituer à eux seuls un schéma de gestion durable des stocks halieutiques.

Poméon, Boucher et Cervantes Escoto traitent d'une expérience avortée de reconnaissance d'une appellation d'origine pour un fromage mexicain, le fromage Cotija, dans la perspective de la contribution de cette reconnaissance à un processus de développement local. On peut admettre que le développement local sur la base de la conservation de ressources patrimoniales peut constituer un critère éthique justifiant la mise en place et la défense de telles appellations d'origine, dans la mesure où le patrimoine constitue un élément fondamental de l'identité des personnes. A partir de l'exemple de la législation sur les appellations d'origine au Mexique, dans laquelle prédomine la référence à la propriété industrielle plus qu'au développement rural, on peut mesurer le décalage avec les préoccupations du développement local. Le refus d'une appellation d'origine sur la base du supposé caractère générique de l'appellation et la solution d'une marque collective exprime ce décalage.

Carimentrand s'intéresse au cas du quinoa bolivien et montre les lacunes du commerce équitable en ce qui concerne la prise en compte des inégalités socio-économiques au niveau local. Le difficile ciblage des producteurs les plus défavorisés par le commerce équitable fait écho à l'exclusion du champ de la certification des stocks halieutiques réellement en danger mise en évidence par Relot et Caillart et à la non reconnaissance de l'appellation d'origine pour le fromage Cotija de la Sierra de Jalmich analysée par Poméon et al. L'instrument « certification » apparaît inopérant pour faire face à ces enjeux éthiques, qui renvoient aux critères de justice soulevés par Diaz. Ces résultats interrogent donc sur la pertinence du développement de la certification pour assurer le développement durable, notamment dans le contexte des pays du Sud.

Brugvin quant à lui montre qu'au niveau international le développement de la « soft law » s'analyse comme une véritable privatisation de la régulation sociale ou environnementale et débouche sur la difficulté d'organiser la vérification des dispositions des cahiers des charges. Les ONG sont écartelées entre leur volonté de porter les valeurs de la démocratie participative et la nécessité de passer des compromis avec les entreprises transnationales engagées dans des actions de lobbying dans la production des normes.

BIBLIOGRAPHIE

- Carimentrand A. (2008). *Les enjeux de la certification biologique et équitable du quinoa (Chenopodium Quinoa Willd.) du consommateur au producteur*. Thèse de doctorat en Sciences Economiques, Université de Versailles St Quentin en Yvelines, 487 pages.
- Darby M.R., Karni E. (1973). « Free competition and the optimal amount of fraud », *Journal of Law and Economics*, 16, pp. 67-88.
- Jahn G., Schramm M., Spiller A. (2005). « The reliability of certification: quality labels as a consumer policy tool », *Journal of Consumer Policy*, 28, pp. 53-73.
- Micheletti M. (2003). « Why Political Consumerism ? », Micheletti M. (Ed.). *Political Virtue and Shopping : Individuals, Consumerism and Collective Action*. New York, Palgrave, MacMillan. pp.1-36.
- Neyrat S., Klein C. (2005). « Perception par les consommateurs du lien entre environnement et produits biologiques. Conséquences sur le positionnement et la communication des produits biologiques », Programme Qualibio (INRA-DADP, région Rhône-Alpes), ISARA, Lyon.
- Requier-Desjardins D. (2006). « Processus de qualification, structuration des filières et consommation : quelques enseignements pour la gestion des ressources vivantes dans les pays du Sud », Communication au colloque *GECOREV*, juin 2006, St Quentin en Yvelines.
- Sylvander B. (2000). « Les tendances de la consommation de produits biologiques en France et en Europe : conséquences sur les perspectives d'évolution du secteur », in Allard G., David C., Henning J. (eds). *L'agriculture biologique face à son développement : les enjeux futurs*. Paris, INRA-Editions.