HEC MONTRÉAL

Vers une chaîne de valeur plus équitable : une étude des certifications de l'industrie du chocolat

par

Marie-Eugénie Lamare

Sciences de la gestion
(Option Affaires internationales)

Mémoire présenté en vue de l'obtention
du grade de maîtrise ès sciences en gestion
(M. Sc.)

Août 2021

© Marie-Eugénie Lamare, 2021

HEC MONTRÉAL

Retrait d’une ou des pages pouvant contenir des renseignements personnels

Résumé

De nombreuses transgressions socio-environnementales associées au commerce international deviennent de plus en plus urgentes à régler. Néanmoins, aucune régulation publique n'a été en mesure d'imposer des régulations transnationales. Conséquemment, les régulations privées ont émergé pour tenter de résoudre ces disparités. En effet, les producteurs des chaînes agroalimentaires ne profitent pas toujours de leur participation aux chaînes de valeur. Pour répondre à cette problématique, ce mémoire aborde les certifications et leurs implications dans les chaînes de valeur mondiale pour réduire les disparités présentes au sein du commerce international, et cela dans une perspective d'équité. La présente recherche est réalisée dans le contexte de l'industrie du chocolat, peuplée d'injustices sociales. La question de recherche est donc la suivante : comment les certifications de durabilité travaillent pour rendre la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat plus équitable ?

Pour cela, une étude de cas multiple a été réalisée. Précisément, ce mémoire étudie les certifications Fairtrade et Rainforest Alliance par rapport aux stratégies d'*upgrading*, d'*empowerment*, et de transparence pour atteindre une équité distributive et procédurale plus grande à travers la chaîne de valeur. Nos résultats démontrent que les stratégies d'*upgrading* et de transparence sont des effets plus directs de l'implication des certifications, tandis que l'*empowerment* est un processus plus indirect. Dans ce sens, la résilience est un concept émergent de nos données qui se présente comme un effet des certifications pour atteindre l'équité. Nos résultats ont permis de conclure que l'équité s'avère plutôt distributive, la justice procédurale étant encore une lacune. Nous proposons donc des contributions théoriques quant à l'implication de l'usage de certaines stratégies dans l'équité et des contributions plus pratiques en ce qui concerne leur réel potentiel à atteindre l'équité à travers la chaîne et la justice sociale pour les producteurs.

Mots clés : équité, certification, durabilité, chaîne de valeur mondiale, justice sociale, *empowerment*, transparence, *upgrading*

Abstract

Many socio-environmental violations associated with international trade are becoming increasingly urgent to address. However, public regulations are unable to be enforced transnationally. Consequently, private regulations have emerged to resolve these disparities. Not surprisingly, producers in agri-food chains do not always benefit from their participation in value chains. To respond to this issue, this thesis aims at better understanding of the role of certifications in global value chains to reduce the disparities in international trade, and this from an equity perspective. This research is carried out in the context of the chocolate industry, populated by social injustices. Therefore, the research question is: How do sustainability certifications work to make the chocolate industry value chain more equitable?

To do so, a multiple case study was conducted. Precisely, this dissertation studies Fairtrade and Rainforest Alliance certifications in relation to upgrading, empowerment, and transparency strategies to achieve greater distributive and procedural equity across the value chain. Our results show that upgrading and transparency strategies are more direct effects of certifications involvement, while empowerment is a more indirect process. In this regard, resilience is an emerging concept in our data that appears as an effect of certifications to achieve equity. Our results led to the conclusion that equity is rather distributive, while procedural justice is still a shortcoming. We therefore propose theoretical contributions regarding the implication of the use of certain strategies in equity and more practical contributions regarding their real potential to achieve more equity through the value chain and social justice for producers.

Keywords : equity, certification, sustainability, global value chain, social justice, empowerment, transparency, upgrading

Table des matières

INTRODUCTION 1

CHAPITRE 1 - REVUE DE LITTÉRATURE 7

1.1. La gouvernance mondiale 7
1.1.1. De régulations publiques aux régulations privées 7
1.1.2. Les motifs de la montée des régulations privées 10

1.2. Les certifications 12
1.2.1. Les schémas de certifications 13
1.2.2. Fonctionnement 17
1.2.3. Implications dans les chaînes de valeurs agroalimentaires 23
1.2.4. Limites identifiées dans la littérature sur les certifications 25

1.3. Les chaînes de valeurs mondiales 30
1.3.1. Définitions 31
1.3.2. Caractéristiques 32

CHAPITRE 2 - CADRE CONCEPTUEL 43

2.1. Vers une redistribution plus égale : des pistes de stratégies dans les chaînes de valeur mondiale 43
2.1.1. Modification de la coordination : transparence et responsabilité 44
2.1.2. Modification de la distribution et capture de la valeur ajoutée : stratégies d'*upgrading* 46
2.1.3. Modification des relations de pouvoir : *empowerment* 49

2.2. Vers plus d'équité : à la croisée des deux littératures 53

2.3. Cadre conceptuel 55

CHAPITRE 3 - MÉTHODOLOGIE 57

3.1. Stratégie de recherche 58
3.1.1. Étude de cas 58
3.1.2. Critères de sélection 59

3.2. Méthode de collecte de données 61
3.2.1. Entrevue 62
3.2.2. Observations : conférences et webinaires 66
3.2.3. Documents 68

3.3. Analyse des données 69

3.4. Critères de qualité 70
3.4.1. Crédibilité 71
3.4.2. Transférabilité 72

3.4.3. Fiabilité 73
3.4.4. Confirmabilité 73
3.5. Éthique en recherche 73
CHAPITRE 4 – L'INDUSTRIE DU CHOCOLAT ET SES CERTIFICATIONS 75
4.1. Portait de l'industrie 76
4.1.1. Le secteur du cacao 77
4.1.2. De l'exportation à la transformation 80
4.1.3. De la fabrication aux étagères 81
4.1.4. Les disparités de distribution 82
4.2. Les certifications dans l'industrie du chocolat 84
4.2.1. Cas 1 : Fairtrade International 86
4.2.2. Cas 2 : Rainforest Alliance 93
4.3. Le fonctionnement des schémas de certification 101
CHAPITRE 5 – VERS PLUS D'ÉQUITÉ DANS LA CHAÎNE DE VALEUR DE L'INDUSTRIE DU CHOCOLAT 106
5.1. Modification de la distribution et capture de la valeur ajoutée 106
5.1.1. Stratégie d'*upgrading* par l'augmentation de la valeur ajoutée 107
5.1.2. Stratégie d'*upgrading* par l'amélioration de l'accès au marché 112
5.1.3. Stratégie d'*upgrading* grâce à de meilleures structures de gouvernance de la chaîne de valeur 116
5.2. Modification de la coordination 117
5.2.1. Relations longues durées 117
5.2.2. Spécifications des conditions de productions, coûts de changements et opérations 119
5.2.3. Compétences des fournisseurs 121
5.2.4. Information et transparence 121
5.3. Modification des relations de pouvoir 126
5.3.1. Haut de la chaîne de valeur 126
5.3.2. Bas de la chaîne : le secteur du cacao 129
5.4. Impacts dans l'équité de la chaîne 133
5.4.1. Améliorations économiques et sociales 133
5.4.2. Résilience 138
5.4.3. Revalorisation de la position des agriculteurs limitée 139
CHAPITRE 6 – DISCUSSION 145
6.1. L'importance de l'*empowerment* et de la résilience pour l'équité 145
6.2. Le rôle de la justice distributive et procédurale pour l'équité 147

6.3. Le pouvoir des autres acteurs de la chaîne dans le fonctionnement des certifications 149

CONCLUSION 152

Bibliographie i

Annexes xi

Liste des tableaux

Tableau 1 - Acteurs et motifs à l'origine de la création de régulations privées 10
Tableau 2 - Classification des types de certification 15
Tableau 3 - Effets des certifications 21
Tableau 4 - Limites des certifications identifiées dans la littérature 29
Tableau 5 - Les stratégies d'*upgrading* selon Humphrey et Schmitz (2002) 47
Tableau 6 – Type d'*empowerment* selon l'*Empowerment Condition Index* 52
Tableau 7 - Liste et caractéristiques de nos répondants 64
Tableau 8 - Liste et caractéristiques des conférences et webinaires assistés 67
Tableau 9 - Listes et type de documents analysés (version simplifiée) 68
Tableau 10 - Comparaison des certifications Fairtrade et Rainforest Alliance en 2019 .. 84
Tableau 11 - Différences notables entre Fairtrade et Rainforest Alliance 100
Tableau 12 - Fonctionnement des certifications 101
Tableau 13 - Stratégies d'*uprading* identifiées dans nos résultats 106
Tableau 14 - Barrières à l'équité des producteurs certifiés dans la chaîne de valeur ... 140

Liste des figures

Figure 1 - Attributs des systèmes de certifications et leur degré d'action d'après Vertinsky et Zhou (2000) 18
Figure 2 - Le cade *ANIME*, une typologie fonctionnelle des régulations privées. 19
Figure 3 - Les 5 formes de gouvernance développée par Gereffi, Humphrey et Sturgeon (2005) 37
Figure 4 - Typologie des formes de pouvoir dans une chaîne de valeur mondiale d'après Dallas, Ponte et Sturgeon (2019)..... 41
Figure 5 - Implication de la transparence dans l'équité de la chaîne 45
Figure 6 - Implication des certifications dans l'équité des chaînes de valeurs 56
Figure 7 – Les différentes initiatives dans l'industrie du chocolat..... 61
Figure 8 - Partage des revenus entre les acteurs de la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat en pourcentage..... 83
Figure 9 – Processus d'élaboration des critères d'une certification..... 102
Figure 10 - Système d'assurance de la conformité..... 104
Figure 11 - Implication des certifications dans l'équité des chaînes de valeur d'après nos résultats..... 153

Remerciements

C’est après une longue année au parfum de renfermé que s’achève cette aventure. Si elle fut intense, elle fut également très virtuelle.

Je tiens tout d’abord à remercier Natalia, pour son accompagnement aussi professionnel qu’humain. Cette année synonyme de développement personnel fut teintée d’incertitudes, face auxquelles Natalia a toujours su répondre et m’emmener plus loin. Un grand merci pour ces opportunités, cette disponibilité et cette bienveillance. J’en ressors grandie.

Par la suite, je souhaite une nouvelle fois exprimer ma reconnaissance au Pôle IDEOS et la fondation BOUCARO pour leur soutien financier. Au-delà de cette aide pécuniaire, ces bourses ont été un réel soutien moral et d’encouragement dans le développement de mes idées et de ma recherche.

À l’encadrement HEC Montréal et tous les moyens qui sont mis à notre disposition pour nous accompagner à travers ce cheminement, ainsi qu’aux professeurs qui auront chacun à leur manière, marqué mon parcours universitaire.

Je remercie également toutes les personnes participantes à cette recherche, qui par leur expérience et leur amabilité à donner de leur temps, m’ont permis de construire ce mémoire, dans un contexte où les déplacements étaient impossibles.

À mes parents, pour leur soutien et amour inconditionnel qui me pousse toujours à me surpasser et viser plus loin. Cet accomplissement, il est pour vous.

À la famille Mbol-Onoma-Ndong pour leur soutien infaillible tout au long de cette année, et tout particulièrement à Carla, qui a partagé plus que quiconque cette aventure avec moi durant cette longue année confinée. Entre incertitudes et doutes, tu as toujours su gérer mes montagnes russes, et cela toujours avec humour et amour. Je te remercie d’être toujours au rendez-vous et aussi impliquée dans ma réussite.

INTRODUCTION

Ces dernières années, un intérêt grandissant s'est prononcé vis-à-vis des impacts socio- environnementaux créés par le commerce international (Kolk et Van Tulder, 2010). Certains enjeux mondiaux comme la pauvreté, les violations des droits de l'Homme et le réchauffement climatique sont devenus des problèmes urgents, et les multinationales, de par leurs activités transnationales, sont tenues en partie responsables. En parallèle, la littérature des affaires internationales s'intéresse aux concepts de responsabilité sociale des entreprises et de développement durable (Kolk et Van Tulder, 2010). En effet, il y a une volonté de modifier les pratiques courantes des entreprises vers des pratiques responsables et respectueuses des enjeux socio-environnementaux sur le court et long terme.

En effet, dû aux activités transnationales des entreprises et à leurs chaînes de valeurs mondialement fragmentées, aucun gouvernement n'est apte à réguler les activités des entreprises (Wettstein *et al.*, 2019). Par conséquent, ce vide institutionnel amène les entreprises transnationales et d'autres acteurs privés, comme les organisations non gouvernementales, à se mobiliser afin de se réguler par elle-même ou imposer une régulation privée (Mena et Palazzo, 2015). On retrouve par exemple, des associations de certifications comme *Social Accountability International* ou encore des certificateurs *comme Rainforest Alliance* (Bartley, 2010). De cette initiative en découle de nombreuses stratégies afin de militer et réguler les pratiques des multinationales vers de « bonnes pratiques », des pratiques durables ou du moins, des pratiques respectant les droits de l'Homme, notamment les certifications de durabilité qui ont pour but de résoudre les problèmes socio-environnementaux de nombreux secteurs (Turcotte, Reinecke et den Hond, 2014). Ces régulations privées sont des codes volontaires, privés, non étatiques et parfois intersectoriels, qui précisent ainsi les responsabilités des entreprises en matière de pratiques de travail, de performances environnementales et de politique des droits de l'Homme (Vogel, 2010). Ainsi, dans notre recherche, nous nous

intéressons de près au mouvement du commerce équitable, et à la manière dont les régulations privées régulent les chaînes de valeurs mondialement dispersées.

Dans ce sens, le mouvement du commerce équitable a gagné de l'ampleur ces dernières décennies. En effet, le « commerce équitable » appelle à une forme de justice sociale dans les échanges économiques mondiaux. Bardhan (2001) définit la justice sociale comme étant la réduction de la pauvreté pour les travailleurs pauvres, incluant les travailleurs formels, informels ainsi que les enfants. Le commerce équitable cherche alors à promouvoir l'équité à travers le marché, dans le but d'obtenir un commerce plus juste et à participer à la réduction de la pauvreté et des inégalités (Ballet et Gendron, 2011). Le commerce équitable permet notamment une meilleure prise en compte des conditions sociales des producteurs des pays en développement. Il vise à rééquilibrer les relations économiques entre les producteurs du « Sud » et les acteurs du « Nord » (Johnson, 2011). C'est avant tout un mouvement social. Cependant, dues à la multitude de pratiques existantes, de nombreuses entreprises peuvent utiliser le commerce équitable comme une forme de légitimité ou de valorisation de leur image, sans assumer la même vision de l'équité (Ballet et Gendron, 2011).

Particulièrement, afin d'étudier notre phénomène de recherche, nous avons choisi d'étudier l'industrie du chocolat. Cette industrie nous offre un contexte propice et pertinent à notre étude. En effet, la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat n'échappe pas aux enjeux socio-environnementaux des chaînes de valeur agroalimentaire. Le secteur du cacao souffre notamment de disparités de revenus, qui maintiennent les producteurs de cacao dans une pauvreté́ systémique et perpétuent l'exploitation des enfants (Voora, Bermùdez et Larrea, 2019). Les producteurs de cacao gagnent environ 0,78$ par jour, soit nettement moins que le seuil de pauvreté fixé à 1,90$ par jour par la Banque Mondiale (Fountain et Huetz-Adams, 2018). Le revenu des agriculteurs dépend majoritairement du prix du marché mondial du cacao. Mais ce dernier fluctue beaucoup et empêche les producteurs d'obtenir une stabilité financière. Cela maintient les producteurs dans une situation de précarité. De l'autre côté de la chaîne, les

multinationales continuent la maximisation de leurs profits. Le contraste est frappant. En effet, les secteurs qui composent la chaîne de valeur de l'industrie, soit les secteurs de la transformation de cacao et de la fabrication de chocolat, sont tous deux très concentrés. Seulement quelques entreprises internationales se partagent le marché mondial, et cela dans les deux secteurs (Fountain et Huetz-Adams, 2020; Statista, 2021g). Les acteurs de la chaîne véhiculent ainsi un grand pouvoir. Il y a d'ailleurs une transmission asymétrique des prix dans la chaîne de valeur : les producteurs sont les seuls à être affectés par la volatilité des prix (Fountain et Huetz-Adams, 2018).

Compte tenu de cette situation, il paraît nécessaire de comprendre la manière dont les certifications essayent de redresser ces disparités. En effet, depuis plus d'une vingtaine d'années, de nombreuses initiatives sont créées dans l'industrie du chocolat, mais les données et les faits sont très peu concluants, si quelque peu améliorés (Fountain et Huetz-Adams, 2020). Les régulations publiques tentent également de réduire les effets néfastes du commerce du cacao en imposant de plus en plus de lois aux entreprises. L'Union européenne, par exemple, envisage aujourd'hui d'imposer une législation sur le devoir de vigilance des entreprises concernant le travail des enfants et la déforestation dans leur chaîne de valeur (Hayford, 2021). Néanmoins, l'application de ce genre de loi risque d'exacerber la marginalisation des producteurs de cacao. C'est pourquoi il est nécessaire de comprendre ce que font les régulations privées, qui ne possèdent pas le pouvoir d'imposer ce type de mesures coercitives, mais doivent trouver d'autres moyens pour atteindre leurs buts. Notre question de recherche est donc la suivante : comment les certifications par un tiers de durabilité travaillent pour rendre la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat plus équitable ?

Afin de répondre aux besoins de notre question, nous explorons en premier lieu la littérature sur les régulations privées et les certifications afin de comprendre leurs fonctionnements et caractéristiques. En effet, les certifications sont notre principal intérêt de recherche. Puis, nous parcourons la littérature des chaînes de valeur mondiale, dans laquelle notre sujet s'inscrit afin de comprendre les tenants et aboutissants de ces

réseaux complexes internationaux. Par la suite, nous regardons l'implication des schémas de certification dans les chaînes de valeur mondiale (CVM) d'une perspective équitable. Pour cela, nous identifions les concepts et théories qui permettent de rééquilibrer les disparités dans la chaîne étudiée, et cela, pour atteindre plus d'équité. La notion d'équité fait notamment référence à la distribution des biens de manière égale (Girard et Gendron, 2011), et possède une connotation liée à la perception de justice (Everett, Neu et Rahaman, 2017). Ainsi, nous conceptualisons l'équité par l'obtention d'une justice distributive et procédurale pour les acteurs les plus défavorisés de la chaîne, soit les agriculteurs.

Pour cela, nous avons réalisé une recherche qualitative par étude de cas multiple. En effet, nous avons pour but d'étudier les diverses perceptions et expériences des acteurs de la chaîne de l'industrie du chocolat pour récolter la diversité des points de vue de chaque acteur et comprendre en profondeur les dynamiques de la chaîne. Ainsi, nous nous positionnons dans une approche constructiviste afin de faire sens de l'expérience humaine des individus (Creswell, 2003; Welch *et al.*, 2010). Particulièrement, l'étude de cas nous permet de saisir les perceptions et vécus des différents acteurs de la chaîne de valeur.

Notre projet apportera des contributions tant pratiques que théoriques. En effet, suite à cette étude, nous aurons contribué à étendre la littérature sur le commerce international et la justice sociale, notamment au niveau de l'implication des certifications dans les communautés locales des pays en voie de développement impliquées dans les chaînes de valeur mondiale. En pratique, nous avons été en mesure de faire des recommandations à chaque groupe d'acteurs de la chaîne vis-à-vis de l'implication des certifications dans l'équité de la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat. Nos résultats ont ainsi pu évaluer si les certifications sont utiles et efficaces pour renforcer le pouvoir des producteurs de cacao et rééquilibrer les disparités présentes.

Notre travail est organisé de la manière suivante : le chapitre 1 constitue notre revue de littérature, où nous abordons les concepts de régulations privées, certifications et chaîne de valeur à tour de rôle. Par la suite, le chapitre 2 pose notre cadre conceptuel pour réaliser notre recherche. Nous élaborons alors plus amplement la notion d'équité. Le chapitre 3 traite de nos choix méthodologiques dans la création de notre stratégie de recherche, la récolte de données et l'analyse de ces dernières. Puis, nous exposons dans le chapitre 4 le contexte de notre étude, soit l'industrie du chocolat et nos résultats concernant le fonctionnement de nos deux cas à l'étude. Enfin, le chapitre 5 présente nos résultats en ce qui concerne l'implication des certifications dans les pistes de solution identifiées dans la littérature pour rééquilibrer la chaîne de valeur. Nous terminons par le chapitre 6 qui discute de nos résultats par rapport à notre question de recherche, autrement dit à l'implication des certifications dans l'équité de la chaîne de valeur.

CHAPITRE 1 - REVUE DE LITTÉRATURE

Dans ce chapitre, nous parcourons la littérature connexe à notre question de recherche. En premier lieu, notre sujet s'inscrit plus largement dans la gouvernance mondiale. Nous exposons alors les raisons de l'émergence des régulations privées et leurs différentes formes. Par la suite, nous abordons plus précisément la littérature sur les certifications, notre principal centre d'intérêt. Enfin, nous présentons la littérature reliée aux chaînes de valeur mondiale, dans lesquelles nous cherchons à atteindre plus d'équité.

1.1. La gouvernance mondiale

La gouvernance mondiale est peuplée de régulations. Nous abordons dans un premier temps la transition des régulations publiques aux régulations privées. Par la suite, nous nous attardons sur les motifs de leur émergence, afin de comprendre qui en est à l'origine et les buts visés de ces régulations privées.

1.1.1. De régulations publiques aux régulations privées

Ces dernières années, le commerce international a suscité de nombreuses externalités négatives et dérives, notamment à caractère transnational (Rasche et Gilbert, 2012). Un manque de régulation des activités transnationales des entreprises (Turcotte, Reinecke et den Hond, 2014) et une baisse des régulations gouvernementales envers l'économie mondiale (Büthe, 2010) s'est fait ressentir. En effet, l'économie mondiale fait face à des changements rapides et de plus en plus complexes. Les chaînes de valeurs sont de plus en plus fragmentées et éparpillées à travers le monde (Büthe, 2010). Par conséquent, les états ne parviennent plus à réguler les activités économiques qui s'étendent au-delà de leurs frontières (Büthe, 2010; Toffel, Short et Ouellet, 2015). De la sorte, pour réguler les activités et externalités des chaînes de valeurs mondiales, divers acteurs s'attellent à construire une gouvernance mondiale efficiente. Rasche et Gilbert (2012) définissent la gouvernance mondiale par la gouvernance collective des relations

par la conception, le développement et la mise en œuvre de règles de comportement qui transcendent les frontières nationales sans autorité souveraine.

En premier lieu, on assiste à une augmentation de la coopération internationale entre les états par des traités comme l'Organisation mondiale du Commerce, l'Organisation de Coopération et de Développement économiques, les Nations Unies, etc. (Büthe, 2010; Rasche et Gilbert, 2012). Cependant, les effets de ces régulations publiques sont limités et les critiques divergent. La coopération internationale des gouvernements est souvent jugée inefficace (Büthe, 2010). Une des critiques de ces organisations est qu'elles promeuvent des principes vagues, sans réelle responsabilité imposée aux entreprises (Rasche et Gilbert, 2012). De plus, l'idéologie néolibérale qui s'est répandue ces dernières années vient délégitimer les interventions des gouvernements (Büthe, 2010).

En parallèle de la gouvernance publique, les efforts de régulations ont été repris par des acteurs privés, tels que des multinationales, des ONGs et des régimes de certifications multipartites (Toffel, Short et Ouellet, 2015). Ces régulations se traduisent par des codes volontaires, privés, industriels et non étatiques ainsi qu'intersectoriels qui précisent les responsabilités des entreprises transnationales en matière de pratiques du travail, de performances environnementales et de politiques des droits de l'Homme (Vogel, 2010). Par exemple, le *Forest Stewardship Council* est une régulation privée tentant de réguler la production de bois d'une manière durable (Cafaggi et Renda, 2012). Autrement dit, ce sont des normes et procédures prédéfinies concernant les pratiques organisationnelles des entreprises au niveau des effets socio-environnementaux. Le but est d'évaluer, mesurer et communiquer le comportement socio-environnemental de ces entreprises (Christensen, Morsing et Thyssen, 2017; Turcotte, Reinecke et den Hond, 2014). Le caractère volontaire est une caractéristique majeure de ces régulations privées, souligné par la grande majorité des définitions (par exemple, Vogel (2010); Christensen, Morsing et Thyssen (2017) et Raynolds (2012)). Cela permet de souligner la différence

importante avec les régulations publiques. Il n'y a pas d'obligations légales ni de mécanismes de sanctions légaux.

On voit donc l'émergence de régulations privées dans la gouvernance mondiale. Ce phénomène rapide est même qualifié par certains comme l'émergence d'un complexe ONG-industriel (Bartley, 2010). D'autres auteurs les qualifient de substituts aux régulations publiques (Christensen, Morsing et Thyssen, 2017). Ces régulations privées se présentent alors comme ayant le potentiel d'être un régime de gouvernance plus effectif (Barkemeyer, Preuss et Lee, 2015). Ces coalitions du secteur privé d'ONG et d'entreprises ont pris le rôle de développer, surveiller et faire appliquer des standards pour le commerce, ce qui était auparavant réservé à l'état (Bartley, 2010). Le principe de régulation privée est maintenant devenu institutionnalisé (Turcotte, Reinecke et den Hond, 2014). Mais cela reste très coûteux (Büthe, 2010).

Nous pouvons constater qu'il existe de nombreuses formes de régulations privées dans la gouvernance mondiale (Cafaggi et Renda, 2012), qui rendent parfois difficile leur distinction. Selon Bartley (2010), les régulations privées ont trois rôles, soit celui de créer une norme technique, d'implémenter la norme ou encore de surveiller et s'assurer de la conformité des normes qui ont été implantées par les acteurs concernés. En fonction de leur rôle, les différentes régulations ont des impacts différents, que cela soit dans leurs résultats ou dans leurs activités auprès des différents acteurs de la chaîne. Il est notable que de nombreuses initiatives privées se traduisent en certification, c'est-à-dire, une régulation qui atteste par un sceau la conformité d'une entreprise à un standard donnée (Christensen, Morsing et Thyssen, 2017; Richards, Zellweger et Gond, 2017). Nous nous concentrerons dans ce mémoire sur ce type de régulation privée, soit les schémas de certification. Nous tâcherons d'expliciter les différentes formes existantes de certification et leurs différences. En effet, cela permet d'avoir une meilleure perspective sur le type de régulation étudiée. Avant de rentrer dans la définition de cette dernière, il est important de comprendre les motifs derrière la création des régulations privées.

1.1.2. Les motifs de la montée des régulations privées

Outre le besoin de combler un vide dans la gouvernance mondiale, et notamment publique, la demande et la création de régulations privées proviennent de divers acteurs et de différentes motivations. Ces dernières sont notamment pertinentes à saisir pour comprendre les intérêts des régulations privées, et plus particulièrement des schémas de certifications, et leurs implications dans la régulation des chaînes de valeurs. Nous explicitons alors, dans le tableau 1 ci-dessous, les divers acteurs à l'origine de la demande et de l'offre des régulations privées et leurs motivations pour la création de celles-ci.

Tableau 1 - Acteurs et motifs à l'origine de la création de régulations privées

Acteurs	Motifs	Auteurs
Consommateurs	• Intérêt de plus en plus accru des consommateurs envers les attributs des produits et des processus de production. • Demande d'informations fiables concernant les caractéristiques internes et externes de leurs achats → besoin de différenciation des produits selon leurs caractéristiques • Institutionnalisme économique : perception des coûts et bénéfices de leurs achats a changé	Bartley (2010) ; Jaffee (2012) ; Vertinsky et Zhou (2000) ; Turcotte, Reinecke et den Hond (2014)
Entreprises	• Gain d'efficacité, de fiabilité et de légitimité • Coûts de transaction plus bas • Institutionnalisme économique : création de systèmes de certification pour résoudre les problèmes du marché → réponse à la demande des consommateurs, autrement dit au problème d'action collective	Büthe (2010) ; Turcotte, Reinecke et den Hond (2014)
ONGs ou Mouvements sociaux	• Motivés par des engagements normatifs altruistes : cherchent à réduire les externalités des transactions des entreprises • Institutionnalisme idéaliste : tentative normative de structurer les marchés	Büthe (2010) ; Turcotte, Reinecke et den Hond (2014)

	en réduisant et atténuant les conséquences négatives de la maximisation du profit selon une perception de ce que la situation devrait être.	
Gouvernements	• Demande motivée par des bénéfices économiques et des raisons politiques • Moins de responsabilités à porter et moins de limites dans leurs orientations politiques	Büthe (2010)

Source : Tableau créé par l'auteure, d'après les auteurs Bartley (2010) ; Jaffee (2012) ; Vertinsky et Zhou (2000) ; Turcotte, Reinecke et den Hond (2014) ; Büthe (2010).

Il y a ainsi une multitude d'acteurs qui demandent des régulations privées et, pour certains, qui s'attellent à les fournir comme les entreprises et les ONG. Ces mouvements altruistes cherchent donc une manière de rendre les entreprises responsables, à travers par exemple, des certifications (Jaffee, 2012). De leur côté, les entreprises tentent de répondre à la demande pressentes des consommateurs (Turcotte, Reinecke et den Hond, 2014). Bartley (2010) souligne d'ailleurs que la demande provient du haut de la chaîne du système de certification (de la régulation privée), caractérisé par les consommateurs et les commerçants au détail dans les pays développés, tandis que les travailleurs, communautés et écosystèmes dans les pays en développement se situent de l'autre côté. Cela est cohérent avec les changements de valeurs sociétales qui se traduisent par un intérêt accru des consommateurs pour les caractéristiques des processus de production. Ce changement vient ajouter une dimension additionnelle aux asymétries d'informations. Les consommateurs ont désormais besoin de pouvoir différencier les produits qu'ils achètent en ayant accès aux informations de la production du produit et de son impact social (Vertinsky et Zhou, 2000). La consommation est ainsi de plus en plus caractérisée par la sensibilisation aux préoccupations socio-environnementales. Combiné à la saturation du marché des produits à base de matière première, cela a stimulé la prolifération et la différenciation des produits (Ponte et Gibbon, 2005).

Cela a donc créé une prolifération d'initiatives, en parti dû à la multitude d'acteurs différents qui fonctionnent comme des régulateurs, développant chacun leurs propres

règles sous la forme de standards et codes de conduites. Dépeint dans le tableau 1, ces divers acteurs ont souvent des intérêts, idéologies et objectifs différents (Marques, 2019). Également, la création de régulation privée crée des incitatifs à en créer d'autres, notamment par ceux qui ne sont pas en accord avec ceux déjà présents (Büthe, 2010). La gouvernance privée est par conséquent très fragmentée, que ce soit à travers les secteurs ou au sein d'une même industrie. La prolifération des certifications de durabilité a créé un « marché de standards » (Reinecke, Manning et von Hagen, 2012). Il peut y avoir plusieurs standards qui ont le même objectif et souhaitent résoudre le même problème (Turcotte, Reinecke et den Hond, 2014). Une telle compétition peut donner lieu à de l'inefficacité et surtout à une bataille pour prédominer (Büthe, 2010; Marques, 2019). Par conséquent, il y a certaines industries qui sont très fragmentées, comme l'industrie du textile.

D'autres industries ont essayé de consolider les standards en les intégrant et en les coordonnant ensemble, comme l'industrie forestière et caféière (Büthe, 2010). On assiste alors à une harmonisation des régulations privées dans certains secteurs. Certains standards fusionnent, tandis que d'autres tentent d'harmoniser le paysage des régulations privées en créant des systèmes concentrés sur la convergence. On retrouve par exemple ISEAL Alliance, qui a pour but d'établir « les règles du jeu » en développant les meilleures pratiques et normes de gouvernances afin d'aligner les différentes régulations existantes (Marques, 2019). Nous nous attardons dès à présent sur la définition et les caractéristiques des certifications afin de bien distinguer les certifications des autres régulations privées.

1.2. Les certifications

Dans cette partie, nous développons plus amplement sur la notion des schémas de certification en débutant par leur définition et la classification des différents types de certification. Puis nous explorons leur fonctionnement, caractéristiques et fondement de base, avant d'aborder les effets potentiels des certifications. Nous finissons par expliciter

leurs implications dans les chaînes de valeur agroalimentaire et les limites d'un tel système de certification identifiées dans la littérature.

1.2.1. Les schémas de certifications

Définition

Les systèmes de certification sont des structures relativement nouvelles de gouvernance économique collaborative dans lesquelles une organisation ou une plateforme de parties prenantes définissent des standards pour un produit ou un processus de production et élaborent une procédure d'évaluation de la conformité (D'Hollander et Marx, 2014). Elles représentent une forme de *labels* privés, qui fournissent un certificat d'approbation au détenteur (Christensen, Morsing et Thyssen, 2017) pour le respect de certaines normes données. Les certifications s'accompagnent ainsi de standards et codes de conduite volontaires pour un produit ou un processus de production que les fournisseurs sont censés respecter, ainsi qu'un processus de mise en œuvre et de contrôle de ces normes (D'Hollander et Marx, 2014; Giuliani *et al.*, 2017; Vertinsky et Zhou, 2000). Ainsi, les certifications sont une sous-catégorie des standards (Richards, Zellweger et Gond, 2017). Les organismes de certifications permettent ainsi l'identification des produits respectant certains critères. Selon Hatanaka et Busch (2008), les organismes de certifications offrent 4 services : 1) l'établissement de normes ; 2) la vérification que ces normes sont implémentées ; 3) la production d'une certification ; 4) la réalisation d'audits régulière pour s'assurer de la conformité. Cela rejoint les trois rôles des régulations privées décrits par Bartley (2010), en y explicitant l'élément distinctif : la délivrance d'un certificat (autrement dit, un *label*).

Leurs buts restent alignés à ceux des standards, mais les certifications ajoutent des caractéristiques supplémentaires aux standards privés. Tout d'abord, ces systèmes de certifications ont la caractéristique d'être plus fermés, c'est-à-dire d'être plus rigide sur les pratiques et normes imposées (opposé à un standard ouvert, qui s'avère être plus

un guide de pratiques et règles à suivre). En effet, elles mettent une grande emphase sur la conformité des organisations (ou personnes) qui l'adoptent avec un ensemble d'attentes relativement détaillées de pratiques et comportements organisationnels, jugés « bon » (Christensen, Morsing et Thyssen, 2017). De plus, la certification contribue à assurer que les conditions fixées (que ce soit par rapport à l'environnement ou aux conditions de travail, etc.) soient plus hautes que celles décrites par les normes industrielles et les normes gouvernementales (Raynolds, 2012). Également, Singer et Van der Ven (2019) ne manquent de souligner que ces organismes ont l'obligation de construire et appliquer leurs standards de manière neutre et impartiale. En effet, ils ont aussi des incitatifs économiques liés à la création et à l'application de normes attractives, car ils doivent vendre leur certification et leur *label* pour obtenir des revenus.

Les certifications reposent ainsi sur le fait que les consommateurs sont prêts à payer un prix plus élevé pour ces produits certifiés, en échange d'informations sur l'origine du produit et la preuve que de bonnes pratiques ont été respectées par les fournisseurs et les acheteurs (Giuliani *et al.*, 2017; Ricketts, Turvey et Gómez, 2014). La certification ouvre ainsi la porte à différents marchés pour différentes qualités et offre l'information nécessaire aux consommateurs pour la distinction de ces derniers. Ainsi, les ONG, par exemple, possèdent d'un nouvel outil afin d'atteindre leurs buts et promouvoir un marché selon ce qu'ils veulent promouvoir (Vertinsky et Zhou, 2000). Ces certifications fournissent une solution réaliste et rapide face aux enjeux socio-environnementaux (Richards, Zellweger et Gond, 2017).

Classification

Il existe différents types de certifications en fonction des acteurs qui créent le standard à la base du système de certification et l'organisme qui délivre le sceau de certification. Cette distinction est souvent oubliée ou mal définie, ce qui peut entraîner da la confusion dans la compréhension des effets réels de ces mécanismes. D'après la littérature et notre compréhension, nous distinguons trois types de certifications,

dépeints ci-dessous dans le tableau 2. Cette classification est notamment importante pour comprendre les implications et mécanismes d'actions des certifications dans les chaînes de valeurs. Selon le type, les notions de responsabilité et légitimité, par exemple, diffèrent. Les résultats sont donc d'emblée différents.

Tableau 2 - Classification des types de certification

	« First party certification »	*« Second party certification »*	*« Third-party certification »*
Acteurs à l'origine	Entreprises	Initiatives multipartites (association d'industriel)	ONG
Organisme de certification	Certification interne	Pas de certification externe	Certification externe par un organisme indépendant
Caractéristiques	- Pas d'intermédiaires - Autorégulation des entreprises - Programme de RSE	- Réseaux d'acteurs - Pas d'audit - Pas de traçabilité	- Crédibilité accrue - Activité d'audit - Chaîne de traçabilité élaborée
Auteurs	Jaffee (2012); Kolk (2005); Thorlakson (2018); Giuliani *et al.* (2017); Mena *et al.* (2009)	Hatanaka et Busch (2008); Jaffee (2012); Kolk (2005); Raynolds (2012)	Jaffee (2012); Kolk (2005); Vertinsky et Zhou (2000); Hatanaka et Busch (2008); Raynolds (2012)

Source : Tableau créé par l'auteure d'après les auteurs Jaffee (2012) ; Kolk (2005) ; Thorlakson (2018) ; Giuliani *et al.* (2017) ; Mena *et al.* (2009) ; Hatanaka et Busch (2008) ; Raynolds (2012) ; Vertinsky et Zhou (2000).

1) *« First party certification »* :

Hatanaka et Busch (2008) les qualifient de certifications des fournisseurs. Jaffee (2012) précise que ce sont des polices et programmes créés par les entreprises pour eux-mêmes, afin de s'autoréguler, sans aucun intermédiaire impliqué. Cela est souvent provoqué par les pressions de la société civile et/ou les valeurs organisationnelles de l'entreprise (Mena *et al.*, 2009). Nous associons les *first party certification* avec les multinationales, un des acteurs qui permet à Kolk (2005) de différencier les différents types de certifications. Cela représente donc les initiatives de RSE entreprises par les

multinationales (Thorlakson, 2018). Aussi, certains auteurs les nomment *firm led certification* et *in-house certification* (Giuliani *et al.*, 2017). Elles sont de plus en plus fréquentes et diffèrent des *third partys certification* dans leurs caractéristiques (et non pas seulement les acteurs à la base de l'initiative, même si les différences peuvent découler du type d'acteur)(Giuliani *et al.*, 2017).

Néanmoins, ces certifications sont souvent discréditées et considérées avec un certain scepticisme et indignes de confiance (Giuliani *et al.*, 2017; Mena *et al.*, 2009), puisqu'elles peuvent être utilisées de manière instrumentale par des entreprises privées à leurs propres fins plutôt que pour améliorer les moyens de subsistance des agriculteurs. Mena *et al.* (2009) affirment alors que ces entreprises ont besoin d'ONG pour évaluer et vérifier les impacts de ce type de certification sur le terrain, autrement dit, de *third party monitoring*. Elles sont tout de même souvent écartées des discours sur la durabilité (Giuliani *et al.*, 2017).

2) *« Second party certification »* :

Hatanaka et Busch (2008) les qualifient de certifications des acheteurs. De son côté, Jaffee (2012) les définit comme étant créé par un segment ou une association d'industriel plutôt qu'une entreprise individuelle, mais il n'y a pas de vérification indépendante. Ainsi, les second party certification sont créés par des initiatives multipartites (Kolk, 2005). On peut retrouver des ONG, des entreprises et/ou des groupes de la société civile et consommateurs afin de créer de nouveaux réseaux (Raynolds, 2012). Ce type de certification est généralement moins discuté dans la littérature, peut-être dû à une popularité moindre.

3) *« Third-party certification »*, autrement dit, certification par un tiers :

Elles correspondent aux certifications créées par les ONG (Kolk, 2005). Jaffee (2012) les décrit comme étant des organismes neutres indépendants qui sont engagés dans des activités d'audits et qui maintiennent une chaîne de contrôle rigoureuse. Les « *third-*

party certification » sont considérés plus objectif et effectif, car les organismes de certifications sont indépendants des acteurs des chaînes de valeur. Ainsi, les « *third-party certification »* sont de plus en plus utilisé pour l'application des standards (Hatanaka et Busch, 2008) et apporte une certaine crédibilité à ces derniers (Vertinsky et Zhou, 2000). Aussi, les certificateurs indépendants apportent plus de transparence au niveau du marché (Stahl et Strausz, 2017). Raynolds (2012) vient confirmer que les *third-party certification* sont les plus performantes.

Ce type de certification, les certifications par un tiers, est notre principal centre d'intérêt dans cette recherche. En effet, nous visons à étudier les régulations privées qui proviennent de la société civile et de mouvements sociaux. Conséquemment, nous nous arrêtons sur ce type de certification. Nous pourrons mieux comprendre leur fonctionnement et mécanismes après avoir parcouru la section suivante.

1.2.2. Fonctionnement

Cycle de la politique et attributs

Les attributs des certifications ne sont pas fixes et dépendent de chaque système mis en place par l'organisme. Cela peut faire varier leur degré d'action et d'impact. Vertinsky et Zhou (2000) explicitent plusieurs éléments qui modifient l'ampleur de la certification, dépeinte par la figure 1 ci-dessous.

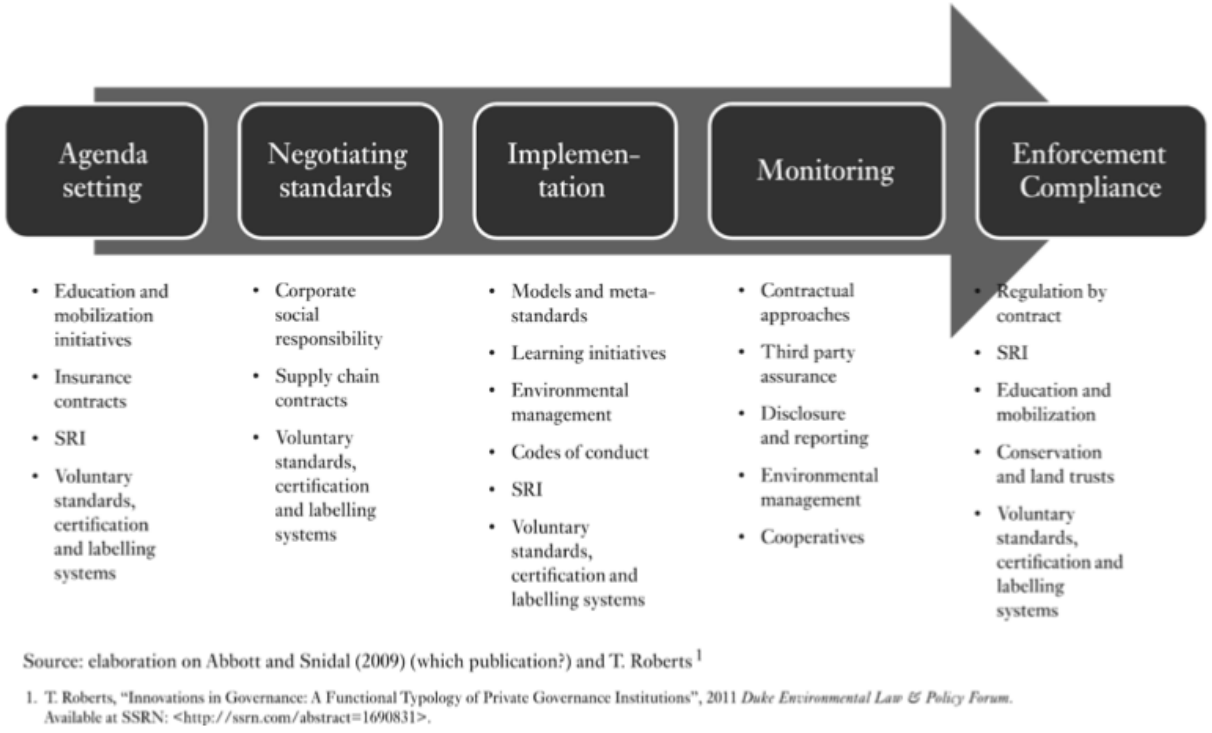
Attribut	Degré		
Structure de contrôle	Processus interne		Processus indépendant
Pouvoir coercitif	Volontaire		Obligatoire
Exigence de la norme	Faible		Fort
Ampleur de la certification	Certification d'une partie du produit final (ex. : système de gestion)		Certification du produit en entièreté
Portée géographique	Nationale	Régionale	Internationale
Transmission sur le marché	Notification		Sceau (*label*)

Figure 1 - Attributs des systèmes de certifications et leur degré d'action d'après Vertinsky et Zhou (2000)
Source : Figure créée par l'auteure et informations tirées de Vertinsky et Zhou (2000).

Ainsi, un système de certification peut être plus ou moins effectif en fonction de leur degré d'action et d'impact. Ces attributs sont utiles pour déterminer en premier lieu la nature et les caractéristiques d'une certification donnée. Il faut alors regarder la structure de contrôle du système de certification, soit qui définit les politiques et à quel point le processus est indépendant. Le degré de pouvoir coercitif permet de déterminer l'étendue du système et la taille du marché, à savoir si c'est une certification obligatoire ou non et les coûts à ne pas être certifié. Ensuite, il est nécessaire de regarder le niveau demandé dans les exigences de la norme, car cela impacte notamment la nature de la différenciation des produits. Mais aussi, il est important de savoir ce que la certification certifie exactement et sa portée géographique. Enfin, la manière dont la certification est transmise sur le marché est cruciale pour déterminer la manière dont on communique au consommateur (Vertinsky et Zhou, 2000).

Afin d'avoir un aperçu de l'application pratique des certifications, Bartley (2010) a conceptualisé les certifications comme une chaîne de demande et d'assurance, par

laquelle les règles et les activités de mise en œuvre passent à travers divers acteurs et endroits. Cette conceptualisation dépeint alors plusieurs acteurs impliqués dans le processus de certification. Les liens au sein de la chaîne sont bien plus complexes que la simple certification d'un parti par un autre (Bartley, 2010). La typologie fonctionnelle *ANIME* développée par Abbott et Snidal (2008) démontre d'ailleurs la diversité des activités à tenir pour, par exemple, certifier un produit. En effet, le cadre *ANIME* dépeint le cycle d'un processus de régulation, comme la certification, illustrée par la figure 2.



Source: elaboration on Abbott and Snidal (2009) (which publication?) and T. Roberts [1]

1. T. Roberts, "Innovations in Governance: A Functional Typology of Private Governance Institutions", 2011 *Duke Environmental Law & Policy Forum*. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1690831>.

Figure 2 - Le cade *ANIME*, une typologie fonctionnelle des régulations privées.
Source : élaboré par Abbott et Snidal (2008) et Roberts (2011), tiré de Cafaggi et Renda (2012).

Abbott et Snidal (2008) précisent qu'en s'assurant que toutes les étapes, nommées « compétences » par les auteurs, soient réunies et complétées, il y a plus de chance que le système soit effectif. Néanmoins, l'efficacité du système n'est jamais garantie due à la multitude de variables qui influencent les résultats et les effets des

régulations. Ainsi, d'après les auteurs, le cycle d'une politique de régulation comme une certification est composé de 5 étapes. Tout d'abord, il faut inscrire un problème à l'ordre du jour dans les processus de régulation (*agenda*) puis négocier, rédiger et promulguer un standard de régulation (autrement dit, une norme pour réguler) (*négociation*). Ensuite, il faut mettre en œuvre des standards (normes) dans les activités des entreprises ou d'autres cibles de la régulation (*implementation*). Enfin, il faut s'assurer du contrôle de la conformité (*monitoring*), promouvoir cette conformité et répondre à la non-conformité (*enforcement*). Les audits sont des instruments pour contrôler la conformité avec les normes. Ils vérifient par des mesures et des vérifications que les obligations se sont traduites par des pratiques et des résultats visibles (Konefal, Mascarenhas et Hatanaka, 2005). Djama, Fouilleux et Vagneron (2011) ne manquent pas de souligner que les audits transmettent de nouvelles rationalités politiques et morales, et présupposent de nouvelles pratiques.

Fondement des certifications : standardisation

À la base de tout système de certification se trouve un standard, c'est-à-dire, une norme. Comme explicité antérieurement, cela fait partie du cycle de la politique. Nous élaborons alors plus amplement sur la notion de standard, et de standardisation, élément essentiel au système de certification. Ces deux notions présupposent plusieurs éléments pertinents à la compréhension de l'implication de ces systèmes de certifications dans les chaînes de valeurs.

Pour commencer, Djama, Fouilleux et Vagneron (2011) définissent les standards de durabilité comme un ensemble de pratiques, connaissances, mesures et institutions qui ont pour but de gérer, gouverner, contrôler et guider le comportement, les actes et les pensées des individus. Ces auteurs précisent qu'un standard repose sur des valeurs présupposées. Ainsi, la notion de standard a un aspect de gouvernance et de contrôle. Il est important de noter que les standards sont des règles explicitement formulée et décidée, contrairement aux normes sociales (Brunsson, Rasche et Seidl, 2012). Aussi, la

notion de standard présuppose une mesure de référence, qu'il est bénéfique d'atteindre. D'un côté, un standard est généralement quelque chose que l'on aspire à respecter (Timmermans et Epstein, 2010). De l'autre, il présuppose une mesure qui permet de conférer à des organisations ou des entités différentes, un caractère similaire (Djama, Fouilleux et Vagneron, 2011).

Néanmoins, la notion de standardisation renferme une tout autre connotation. Timmermans et Epstein (2010) précisent que cela évoque une uniformité ennuyeuse et la suppression de l'individualité au service de l'uniformité industrielle. Un des effets des standards est en effet l'homogénéisation des comportements des individus et des choses (Konefal, Mascarenhas et Hatanaka, 2005). Les standards de durabilité sont perçus comme étant un véhicule de valeurs, de connaissances et de technologies, et cela à l'international (Djama, Fouilleux et Vagneron, 2011). Ainsi, la standardisation consiste en un processus de construction d'uniformités à travers le temps et l'espace, par la génération de règles convenues (Timmermans et Epstein, 2010). Timmermans et Epstein (2010) affirment que cela permet aux choses de fonctionner ensemble malgré la distance ou l'hétérogénéité des mesures. On retrouve alors cette connotation de coordination. Le phénomène de standardisation peut être vu comme un moyen d'organiser la société (Brunsson, Rasche et Seidl, 2012).

Effets potentiels des certifications

La littérature expose divers points de vue sur les effets potentiels des certifications. En effet, comme le dépeint la tableau 3, les auteurs partagent des avis divergents sur les résultats de la certification. Nous commençons par exposer les éléments positifs puis je passerai en revu les points négatifs.

Tableau 3 - Effets des certifications

Effets potentiels	Points soulevés	Auteurs
Positif	• Différenciation	

	• Avantage comparatif • Réduit les asymétries d'informations • Signal l'atteinte de certains critères • Haut degré d'assurance	Boiral et Gendron (2011); Brunsson, Rasche et Seidl (2012)
Négatif	• Uniformisation et homogénéisation des comportements et des choses • Les entreprises tendent vers l'isomorphisme • Résultat inattendu : transformation en quelque chose de nouveau	Boiral et Gendron (2011); Timmermans et Epstein (2010)

Source : créé par l'auteure d'après Boiral et Gendron (2011); Brüntrup et Herrmann (2012) et Timmermans et Epstein (2010).

Tout d'abord, les certifications sont perçues comme des systèmes robustes permettant d'assurer la bonne implémentation des normes. Plus précisément, leurs systèmes d'audits externes sont considérés comme donnant un haut degré d'assurance de l'application de la norme (Boiral et Gendron, 2011). Par ailleurs, la certification par un tiers est vu comme une opportunité pour les entreprises d'identifier des lacunes ou déficiences (Boiral et Gendron, 2011). Ainsi, cela permet de vérifier, mais aussi d'évaluer les performances des entreprises. Outre cela, les certifications réduisent les asymétries d'information et de comparer leur produit à une mesure de référence (Brunsson, Rasche et Seidl, 2012). Les certifications sont également une stratégie de différenciation afin de détenir un avantage comparatif supérieur (Boiral et Gendron, 2011). Enfin, les certifications signalent l'atteinte de certains critères élevés (Brunsson, Rasche et Seidl, 2012). De l'autre côté, un effet potentiel des certifications est l'homogénéisation des comportements et des choses (Timmermans et Epstein, 2010). On retrouve cette uniformité dans les entreprises, où les organisations tendent à devenir isomorphique, soit plus identique pour devenir responsable (Boiral et Gendron, 2011). De plus, les certifications peuvent avoir des problèmes liés à l'échec de la norme ou la transformation en quelque chose de nouveau (Timmermans et Epstein, 2010).

1.2.3. Implications dans les chaînes de valeurs agroalimentaires

Les certifications occupent une place prédominante comme mécanisme de gouvernance dans les chaînes agroalimentaires mondiales. En effet, ces régulations privées deviennent les plus influentes dans ces systèmes agroalimentaires (Hatanaka et Busch, 2008). Par ailleurs, la certification fonctionne comme un mécanisme d'entrée et d'exclusion du marché, en étiquetant les produits qui respectent certains critères de qualités et ceux que ne le font pas. Cela donne donc une certaine source de pouvoir à ceux qui contrôlent ce mécanisme (Jaffee, 2012).

La certification au niveau des entreprises

Les certifications par un tiers se présentent également comme des politiques durables d'externalisation pour les entreprises afin de répondre à des exigences socio-environnementales (Martin Hingley, Angell et Lindgreen, 2015; Thorlakson, 2018). Les certifications permettent ainsi à ces dernières de réduire leurs risques en transférant la responsabilité (socio-environnementale) à ces organes tiers (Martin Hingley, Angell et Lindgreen, 2015; Singer et Van der Ven, 2019). En alignement avec cette caractéristique, cela leur fournit une forme de légitimité. En effet, les entreprises prouvent ainsi qu'ils conforment avec les normes, les valeurs et les attentes de la société (Richards, Zellweger et Gond, 2017). Richards, Zellweger et Gond (2017) soulignent particulièrement la difficulté de garder une légitimité morale dans une industrie où les injustices sociales et les transgressions environnementales sont reconnues. Ces auteurs citent notamment les industries du café, du thé et du chocolat.

Pour certifier leurs produits, les entreprises doivent alors se fournir d'organisations de producteurs vérifiés par l'organisation de certification, donc qui détiennent le certificat puis faire auditer régulièrement leur chaîne de valeur et payer des frais pour recevoir la certification (Richards, Zellweger et Gond, 2017). Les certifications sont donc un outil de différenciation pour les entreprises (Jaffee, 2012; Singer et Van der Ven, 2019).

La certification au niveau des agriculteurs

Afin d'être certifiés, dans la majorité de cas, les agriculteurs doivent rentrer dans une coopérative, une forme d'organisation démocratique. D'autres agriculteurs forment des rassemblements collectifs. Cette coopérative a la charge de payer pour l'application à la certification et doit assumer les coûts annuels d'*audit* par un (Naylor, 2013). Lorsqu'une coopérative souhaite être certifiée, elle applique auprès d'un organisme de certifications qui conduit une première analyse des opérations et des lieux de production. Puis, si la conformité est présente, la certification est attribuée à la coopérative avec des audits réguliers (Hatanaka et Busch, 2008).

Les certifications sont considérées comme apportant certains avantages aux agriculteurs. D'abord, il est reconnu que cela apporte une amélioration au niveau de leur performance économique en recevant un prix plus élevé pour leur production respectant les critères de la certification. Surtout, la certification leur donne un accès à un marché international (Giuliani *et al.*, 2017; Naylor, 2013), en leur permettant de se différencier des agriculteurs non certifiés (Lee et Gereffi, 2015). Raynolds (2012) reconnaît aussi que ces certifications se distinguent par leurs incitatifs économiques.

Par ailleurs, elles sont perçues comme permettant aux agriculteurs d'améliorer leurs performances socio-environnementales (Giuliani *et al.*, 2017). Selon Giuliani *et al.* (2017), une des composantes essentielles des certifications est d'offrir une opportunité d'améliorer les droits humains des agriculteurs et de leurs familles, soit les droits à la santé et à une vie décente, les droits des travailleurs et les droits des enfants et des femmes. Dans certaines certifications, une part de la prime ou du prix premium payé aux producteurs doit être utilisé pour des projets de développement communautaire (Naylor, 2013).

Giuliani *et al.* (2017) soulignent que ces améliorations sont notables, notamment car dû à leur à la distance qui les sépare des consommateurs, ils capturent généralement très peu de la valeur générée dans leur industrie. Les certifications offrent donc la

possibilité de se différencier, ce qui peut permettre d'augmenter la compétitivité des producteurs et commerçants (Christensen, Morsing et Thyssen, 2017). Nous allons désormais parcourir les limites identifiées dans la littérature sur les certifications.

1.2.4. Limites identifiées dans la littérature sur les certifications

À la suite de leur émergence rapide et en grand nombre, la littérature sur ce phénomène s'est rapidement penchée sur les limitations de telles régulations privées et leurs implications. Christensen, Morsing et Thyssen (2017) soulignent l'insatisfaction émergente croissante malgré la popularité de ces certifications. Lee et Gereffi (2015) affirment directement que les certifications se sont montrées inefficaces pour répondre aux préoccupations socio-environnementales.

Quelle légitimée ?

Tout d'abord, les certifications soulignent certaines questions de légitimées. En effet, il y a un questionnement présent sur la légitimité de l'intervention d'une organisation tiers et sur son efficacité à surveiller (Büthe, 2010). Bartley (2010) rappelle que ce rôle était auparavant attribué à l'État. La légitimité est donc remise en cause. D'ailleurs, beaucoup d'auteurs soulignent le besoin de l'intervention du gouvernement pour que les certifications soient optimales. Vogel (2010) souligne que l'impact à long terme des régulations privées dépendent du niveau d'intégration des standards et de ses mécanismes avec les politiques gouvernementales, que ce soit au niveau national ou international. La gouvernance privée a ainsi été critiquée pour offrir peu de transparence et de responsabilité (Barkemeyer, Preuss et Lee, 2015).

Par ailleurs, la légitimité de ces certifications est également contestée, car certains auteurs soulignent que les organismes de certifications poursuivent leurs propres bénéfices et/ou agenda (Hatanaka et Busch, 2008). D'ailleurs, certains auteurs relèvent que la majeure partie des revenus de ces entités provient de la vente de leur logo aux grandes entreprises (Singer et Van der Ven, 2019). Jaffee (2012) ajoute à cela que la

recherche de l'acceptation large de ces certifications distrait les organisations de mouvements sociaux de leurs buts ultimes, soient de modifier les politiques et actions des entreprises. Cet auteur va encore plus loin en affirmant que les entreprises ont réussi à faire pression et à aligner les intérêts des certifications avec leurs objectifs, car les normes ont baissé de niveau pour inclure plus d'acteurs, de formes de production et de pratiques commerciales qui n'auraient pas été conformes dans les versions précédentes des normes. Il en conclut que l'on arrive à la dilution des normes.

Il est également à noter que la prolifération des certifications et standards vient créer beaucoup de confusion dans la compréhension des labels auprès des consommateurs (Singer et Van der Ven, 2019), ce qui vient modérer la demande et donc atténuer la légitimité.

Quelles responsabilités ?

Les certifications permettent un transfert de responsabilité entre divers acteurs. En premier lieu, les certifications sont des régulations typiquement néolibérales : elles permettent de transférer la responsabilité de l'État à réguler ou prendre des actions aux consommateurs (Jaffee, 2012). Mais aussi, les certifications permettent le transfert de la responsabilité des entreprises aux organisations de certifications. Les entreprises peuvent ainsi répondre sans responsabilité et porter le blâme sur une entité tiers (Christensen, Morsing et Thyssen, 2017). Sans engagement à croître le volume de produit certifié, les entreprises peuvent se servir du label pour tenir leur image et tromper les consommateurs, sans modifier de manières significatives leurs pratiques (Jaffee, 2012). Aussi, dans les résultats de sa recherche, Raynolds (2012) a trouvé que les entreprises et les managers supportent les buts socio-environnementaux des certifications, mais que leurs engagements s'arrêtent là où les questions d'efficacité de production et de qualité des produits rentrent en jeu.

Les entreprises remettent également une charge de la responsabilité sur les producteurs, qui doivent payer pour la certification par eux-mêmes. Cependant, la

certification reste très chère pour les producteurs pauvres et marginalisés des zones isolées (Büthe, 2010). Naylor (2013) ajoute qu'en étant certifiés pour des standards de production, les agriculteurs tombent dans un « régime de responsabilité » et deviennent des sujets des « Pays du Sud ». Par les critères imposés, les agriculteurs doivent faire partie d'une forme bien particulière d'organisation (une coopérative) et reverser une partie du prix qu'ils reçoivent à cette organisation pour des projets communautaires.

Étendue des performances

Giuliani *et al.* (2017) nous mettent en garde sur la conformité des personnes ou entreprises qui sont certifiées aux critères exigés. En effet, ils précisent qu'il ne faut pas prendre pour acquis le respect des normes après l'octroi de la certification. Qui plus est, de nombreux auteurs commencent à relever les pratiques de découplage associées aux normes et certifications présentes (Giuliani *et al.*, 2017). Il est donc difficile d'évaluer, mais aussi de savoir la réalité de l'impact et du respect des certifications.

Richards, Zellweger et Gond (2017) soulignent que les impacts des certifications sont insuffisants, et que parfois, il y a des conséquences inattendues. Les évidences d'un effet positif de la certification sur le comportement social et les conditions sociales des travailleurs, de leurs familles et de la communauté environnante reste faible et peu concluante, que ce soit au niveau de l'accès à l'eau, à la santé, à l'éducation, à un salaire minimum, etc. (Giuliani *et al.*, 2017). Ainsi, ces certifications ne parviennent toujours pas à démasquer les conditions socio-environnementales de la production (Naylor, 2013).

Construction des approches de certification

Par sa conceptualisation de la certification comme une chaîne de demande et d'assurance, Bartley (2010) démontre que l'information des standards provient du haut pour descendre en bas de la chaîne de valeur. Cela soulève donc un problème similaire déjà reproché dans la littérature des chaînes de valeurs mondiales, qui est que les approches de certifications sont des approches top-down imposées à ceux d'en bas. Ces

approches top-down favorisent notamment les pratiques de découplage associées aux normes et certifications (Giuliani *et al.*, 2017). Par conséquent, les certifications apportent une solution créée dans un contexte différent et non adaptée aux réalités locales.

Ces approches top-down amènent d'autres enjeux, notamment le discours qu'elles adoptent. Naylor (2013) appuie que l'utilisation des termes « Pays du Nord » et « Pays du Sud » dans les discours de ces initiatives de développement est problématique. D'abord, cela ne prend pas en compte les disparités présentes entre les différents pays, et l'expérience des personnes ou des pays qui tombent dans « le milieu » est totalement exclue. Cela vient aussi renforcer les relations de pouvoir qui sont inhérentes aux certifications. Selon l'auteur, elles sont masquées par des stratégies de développement économique comme Fairtrade.

Mais aussi, les certifications se reposent beaucoup sur les coopératives ou les organisations d'agriculteurs pour implémenter leurs politiques. Cependant, Minah et Pérez Carletti (2019) explicitent le fait que les ménages les plus pauvres participent en général moins à ces organisations que les plus riches. Les petits agriculteurs sont souvent exclus des chaînes de valeur, car les coûts de certifications (et d'audits) sont élevés (Van Dijk et Trienekens, 2012b). Il faut également s'engager dans une variété d'activités, qui augmentent les coûts. Cela crée une barrière d'entrée pour les petits producteurs, qui ont des ressources limitées (Lee et Gereffi, 2015). Par conséquent, cela vient renforcer le phénomène d'exclusion des agriculteurs les plus pauvres et marginalisés ainsi que renforcer les liens verticaux des chaînes de valeurs.

Par ailleurs, comme explicitée plus haut, la différence entre les standards est leur degré d'ouverture ou de fermeture, les certifications étant les standards les plus fermés qui existent aujourd'hui et qui permettent d'exiger une certaine conformité avec les règles établies. Cependant, cette ouverture ou fermeture vis-à-vis de la liberté des entreprises et producteurs certifiés engendrent un certain nombre de défis. Par exemple, les standards plus ouverts sont souvent décrits comme ayant peu d'impact parce qu'ils ne permettent pas aux organisations de communiquer des informations concrètes à

propos de leurs pratiques (Christensen, Morsing et Thyssen, 2017). Mais à l'opposé, les certifications détaillées avec des spécifications sur les pratiques et comportements à adopter sont jugées trop fermées. Elles manquent de sensitivité aux conditions locales et peuvent bloquer certaines considérations éthiques ou promouvoir des pratiques discursives qui suspendent la dissidence, la différence et la discussion (Christensen, Morsing et Thyssen, 2017). En effet, le terme fermeture fait d'ailleurs référence au fait que le terme durabilité est défini, et par conséquent bloque tout débat sur ce que pourrait être la durabilité. En relation, la standardisation des pratiques rend les conditions de production normalisée et statique, alors qu'elles sont en constante négociation (Naylor, 2013).

Enfin, Richards, Zellweger et Gond (2017) soulignent aussi le manque de mesures coercitives pour s'assurer de la conformité aux normes. Cette dernière est jugée par des exercices annuels réduits à « cocher des cases » (Christensen, Morsing et Thyssen, 2017). Les auteurs Christensen, Morsing et Thyssen (2017) soulignent que leur orientation à remplir des conditions plutôt que d'appréhender de nouvelles situations enferme les certifications dans le passé. Ils sont donc rétrospectifs. Le tableau 4 résume les points principaux des limites des certifications.

Tableau 4 - Limites des certifications identifiées dans la littérature

Limites	Arguments principaux	Auteurs consultés
Légitimité	• Doutes sur leur efficacité à surveiller. • Les organisations de certifications poursuivent leurs propres intérêts • Leur impact à long terme sans intervention gouvernementale est douteux • Les normes ont été diluées au profit des intérêts des entreprises. La compréhension des *labels* est difficile à cause de la prolifération des certifications	Büthe (2010); Bartley (2010); Vogel (2010); Barkemeyer, Preuss et Lee (2015); Hatanaka et Busch (2008); Jaffee (2012); Singer et Van der Ven (2019)
Responsabilité	• Transfert de la responsabilité de l'État (à réguler) aux consommateurs (choix de l'achat) • Transfert de la responsabilité des entreprises vis-à-vis de leurs externalités socio-	Jaffee (2012); Christensen, Morsing et Thyssen (2017); Raynolds (2012);

	environnementales aux organismes de certification • Stratégie marketing des entreprises • Transfert de la responsabilité sur les producteurs	Büthe (2010); Naylor (2013)
Performance	• Le respect aux normes n'est pas garanti • Pratiques de découplages • Conséquences inattendues • Impact faible en globalité	Giuliani *et al.* (2017) ;Richards, Zellweger et Gond (2017) ; Naylor (2013)
Construction	• Approche *top-down* : manque d'adaptation aux réalités locales. • Masquent les disparités et l'expérience des populations. • Renforce l'exclusion des producteurs les plus pauvres et marginalisés. • Dualité entre standard trop ouvert et certification trop fermée • Difficultés à appréhender de nouvelles situations. • Aucune mesure coercitive.	Bartley (2010) ; Giuliani *et al.* (2017) ; Naylor (2013) ; Minah et Pérez Carletti (2019) ; Van Dijk et Trienekens (2012b) ;Lee et Gereffi (2015) ; Christensen, Morsing et Thyssen (2017) ; Richards, Zellweger et Gond (2017)

Source : créé par l'auteure d'après les informations tirées de la littérature consultée

1.3. Les chaînes de valeurs mondiales

Dans notre objectif de comprendre comment les petits producteurs peuvent bénéficier plus amplement de leur participation aux chaînes de valeur mondiale (CVM), il est nécessaire pour notre recherche de comprendre les tenants et aboutissants du fonctionnement des chaînes de valeur mondiale. L'analyse des CVM permet notamment de saisir la nature des liens entre les acteurs locaux et les marchés mondiaux et d'analyser les liens présents dans le commerce et la production mondiale, notamment dans la distribution des bénéfices. Cela est particulièrement pertinent puisque les gains de la mondialisation ne sont pas répartis de manière égale. Il existe une disparité entre l'intégration économique mondiale et la mesure dans laquelle les personnes et les pays bénéficient de la mondialisation (De Boer, Van der Linden et Tuninga, 2012).

1.3.1. Définitions

Les chaînes de valeurs mondiales sont aujourd'hui devenues des éléments essentiels du paysage du commerce international. Elles sont orchestrées et exploitées par des réseaux complexes d'entreprises multinationales. Les CVM relient des activités économiques géographiquement dispersées, en tirant parti de chaque avantage comparatif (McWilliam *et al.*, 2020). Singer et Van der Ven (2019) soulignent notamment la multitude d'entreprises impliquées dans ces activités et également la multitude de pays. Une chaîne de valeur regroupe ainsi l'ensemble des activités nécessaires pour amener un produit ou un service depuis sa conception jusqu'à son élimination finale après l'utilisation, en passant par les phases intermédiaires de la production et la livraison aux consommateurs finaux (Kaplinsky, 2004).

Les CVM incluent deux éléments fondamentaux : la chaîne et la valeur. D'un côté, la chaîne fait référence à la chaîne d'approvisionnement, indiquant le lien entre les différentes phases de la production. D'un autre côté, la valeur fait référence au processus d'ajout de valeur qui s'accumule au fur et à mesure que les acteurs de la chaîne contribuent au processus (Ricketts, Turvey et Gómez, 2014). Wahl et Bull (2013) viennent ajouter qu'à l'instar de l'objectif des chaînes d'approvisionnement, qui se concentre sur l'efficacité et la réduction des coûts dans le flux de matériaux, d'informations et de financement entre les acteurs de la chaîne, les chaînes de valeur se concentrent ainsi sur la valeur ajoutée tout au long de la chaîne et délivrée au consommateur. Les CVM peuvent donc être perçue comme un produit de la désintégration verticale des multinationales, où les entreprises les plus grandes et riches se concentrent sur l'innovation, le marketing et les segments à haute valeur ajoutée, tandis que les fonctions « non essentielles » comme la production sont déléguées (Singer et Van der Ven, 2019).

Ricketts, Turvey et Gómez (2014) explicitent que l'analyse des chaînes de valeur considère ainsi les liens complexes entre les activités productives au niveau de l'entreprise, du pays et du monde. Cela révèle le flux dynamique de l'activité économique,

organisationnelle et même coercitive entre les producteurs, les fournisseurs et les détaillants. L'analyse des chaînes de valeur explore ainsi le mouvement d'un bien du producteur jusqu'au consommateur (Valkila, Haaparanta et Niemi, 2010). La majorité de la littérature sur les chaînes de valeurs a donc cherché à comprendre la manière dont ce mouvement est régi (Bolwig *et al.*, 2010). Afin de comprendre le fonctionnement d'une chaîne en particulier, plusieurs composantes et caractéristiques sont à regarder. Il faut notamment analyser les éléments descriptifs de la chaîne (Bolwig *et al.*, 2010), soit la structure de la chaîne (les intrants et les extrants), les acteurs et les dynamiques de la chaîne, ainsi que la localisation des acteurs, les liens entre ces derniers et les dynamiques d'inclusion et d'exclusion (Bolwig *et al.*, 2010). Valkila, Haaparanta et Niemi (2010) soulignent l'emphase mise sur les relations de pouvoir entre les différents acteurs dans l'analyse des chaînes de valeurs. Il est par conséquent pertinent de prendre en compte dans l'analyse, la distribution du pouvoir et des récompenses (de la valeur) à travers la chaîne, ainsi que les barrières à l'entrée de cette dernière (Bolwig *et al.*, 2010).

De surcroît, la littérature sur les chaînes de valeur se focalise sur leur gouvernance, soit leur organisation et leur contrôle. L'organisation fait référence à la structure et aux caractéristiques des relations interentreprises entre les nœuds de la chaîne de valeur tandis que le contrôle découle de la dynamique de pouvoir entre les entreprises ainsi que des forces institutionnelles et du marché (McWilliam *et al.*, 2020). Nous explorerons plus bas les différentes caractéristiques présentent au sein des chaînes de valeurs, mais aussi les différents modes de gouvernance possibles.

1.3.2. Caractéristiques

Structure

Une chaîne de valeur relie donc plusieurs activités économiques afin de passer d'un produit brut à un produit final, jusqu'à sa commercialisation. Les chaînes de valeurs sont donc composées de segments et de nœuds. Les segments sont des « morceaux

verticaux » de la chaîne, se situant chacun entre deux nœuds et représentant une étape (ou secteur) de la chaîne, par exemple de la production à l'exportation ou encore de l'exportation à la transformation. Un nœud est donc un point où un produit est échangé ou subit une transformation majeure, par exemple, la transformation d'un produit agricole (Bolwig *et al.*, 2010). Cette structure peut varier en fonction du type de chaîne et de l'industrie dans laquelle elle se situe. Il peut donc y avoir plusieurs configurations possibles, comme plus ou moins de segments et nœuds. Également, il peut y avoir plusieurs possibilités au sein d'une même chaîne. En effet, Bolwig *et al.* (2010) explicitent qu'en fonction des caractéristiques du produit final (par exemple, un produit basé sur l'origine de production), la chaîne peut être comporté différentes branches.

Ces éléments représentent ainsi les éléments verticaux de la structure d'une chaîne. En effet, Bolwig *et al.* (2010) soulignent que le terme employé « chaîne » fait référence aux relations verticales de ces chaînes. Cela reflète ainsi le flux de produits et de services du producteur aux consommateurs finaux (Trienekens, 2012). Il faut ainsi regarder de plus près les relations verticales des producteurs avec le marché mondial. Dans le cadre des chaînes de valeurs agroalimentaires, afin de comprendre les implications du manque d'intégration ou de repositionnement des agriculteurs dans les chaînes de valeurs, il faut analyser les relations de pouvoir qui existent dans la chaîne elle-même (Van Dijk et Trienekens, 2012a).

Cependant, Bolwig *et al.* (2010) affirment qu'il faut tout autant prendre en compte les éléments horizontaux de la chaîne de valeur, car cela vient grandement influencer la structure et donc la gouvernance de la chaîne. La dimension horizontale reflète donc les relations entre les acteurs d'un même maillon de la chaîne (Trienekens, 2012). Ici, nous nous attardons particulièrement sur les éléments horizontaux au niveau de la position des agriculteurs dans les chaînes de valeurs agroalimentaires. Van Dijk et Trienekens (2012a) précisent qu'il faut prendre en compte les relations horizontales des producteurs avec les commerçants locaux et les entreprises de transformations. En effet, ces acteurs locaux opèrent ensemble dans différentes sortes de « modèles d'affaires » (ex. :

coopératives, contrats). D'un autre côté, Riisgaard *et al.* (2010) qu'il faut prendre en compte des éléments tels que la pauvreté, le genre, le travail et l'environnement. En effet, la compréhension de la position des agriculteurs dans les chaînes de valeurs passe donc par la compréhension du pouvoir et des inégalités dans les systèmes locaux et relations locales dans lesquels se trouvent des acteurs de la chaîne et leurs communautés. Cela requiert donc une analyse contextuelle des processus sociaux locaux (Bolwig *et al.*, 2010). Cela permet notamment de révéler les implications des relations de pouvoir et de l'accès aux ressources pour l'agence sociale et l'*empowerment* des acteurs impliqués. Nous explorerons l'*empowerment* de ces acteurs, c'est-à-dire des agriculteurs, plus tard dans la littérature.

Gouvernance

La gouvernance des CVM est définie comme étant les relations d'autorité et de pouvoir qui déterminent comment les ressources financières, matérielles et humaines sont allouées et circulent dans une chaîne (Lee et Gereffi, 2015). Autrement dit, Bolwig *et al.* (2010) décrivent la gouvernance comme étant le processus par lequel les entreprises dites « chefs de file » organisent des activités dans le but de parvenir à une certaine division fonctionnelle du travail le long d'une chaîne de valeur, possédant ainsi la capacité de distribué les gains et les ressources à travers toutes la chaînes, mais aussi de fixer les conditions d'adhésion à la chaîne, d'inclure ou exclure d'autres acteurs et de réaffecter les activités à valeur ajoutée. Les « règles et conditions de participation » sont les principaux mécanismes opérationnels de la gouvernance (Ponte et Gibbon, 2005). Elles se traduisent par différentes formes de coordination qui varient à la fois le long de la chaîne et entre elles. Ainsi, la gouvernance souligne le processus *top-down* des activités d'une chaîne de valeur (Lee et Gereffi, 2015). Également, certains auteurs considèrent que la gouvernance est désormais le processus consistant à exercer un contrôle en spécifiant quel produit doit être livré, en quelle quantité et à quel moment, comment il doit être produit et à quel prix (Ponte et Gibbon, 2005). Van Dijk et Trienekens (2011) ajoutent qu'au-delà du pouvoir de contrôler, la gouvernance se traduit également par la

capacité de certains acteurs à déterminer les « règles du jeu », qui peuvent se manifester par des réglementations.

De surcroît, les « entreprises-chefs de file » ont donc une très grande influence sur la gouvernance de la chaîne. Ces entreprises sont perçues comme étant capables de dicter les conditions de participations à leurs fournisseurs immédiats, mais aussi de transmettre leurs demandes à travers la chaîne, jusqu'aux producteurs primaires (Bolwig *et al.*, 2010). Ponte et Gibbon (2005) précisent que les « entreprises-chefs de file » sont en mesure de déterminer qui fait quoi tout au long de la chaîne, c'est-à-dire à quel prix, en utilisant quelles normes, selon quelles spécifications et livrés à quel moment. Elles occupent ainsi un rôle très important dans le mode de gouvernance de la chaîne et dans les fixations des relations de pouvoir entre les différents acteurs. Néanmoins, il faut également regarder quel autre acteur affecte la gouvernance de la chaîne. Cela peut être des organisations gouvernementales ou non gouvernementales (Van Dijk et Trienekens, 2011). En effet, l'approche des CVM s'intéresse également à la gouvernance publique et sociale, ainsi qu'aux facteurs institutionnels qui les façonnent (Lee et Gereffi, 2015).

Lee et Gereffi (2015) explicitent trois éléments clés de la gouvernance des CVM. La gouvernance comme moteur se concentre sur les entreprises dites chef de file dont le pouvoir de marché et les atouts technologiques ou marketing leur permettent de fixer les critères de performance en termes de prix, de qualité et de normes de livraison, ce qui détermine le comportement des fournisseurs. La gouvernance en tant que coordination met en évidence les diverses formes de liens interentreprises dans les CVM. Enfin, la gouvernance comme normalisation considère les différentes normes et cadres normatifs qui façonnent les conditions générales de participation et d'*upgrade* dans la CVM. Chaque vision de la gouvernance a entraîné une typologie différente des CVM.

D'abord, une première typologie basée sur la gouvernance comme moteur a été développée par Gereffi en 1994 (Ponte, 2019). Cette typologie distingue particulièrement deux types de chaînes : les chaînes dirigées par les acheteurs, soit des acheteurs mondiaux comme Nestlé ou encore Carrefour, et celles dirigées par les producteurs, les

grands manufacturiers comme IMB (Lee et Gereffi, 2015; Ponte, 2019; Ponte et Gibbon, 2005). Il est notamment souvent reconnu qu'il y a une dichotomie entre ces deux types de chaînes (Fold, 2002; McWilliam *et al.*, 2020). Cette distinction s'avère être encore très pertinente pour comprendre les dynamiques au sein des chaînes. Néanmoins, les chaînes axées sur les producteurs tendent à devenir moins importantes (Ponte et Gibbon, 2005). Également, Lee et Gereffi (2015) soulignent l'émergence nouvelle de gouvernance bipolaire ou multipolaire des CVM, dus à la complexification des relations de pouvoir entre les « entreprises-chefs de file » des CVM.

Une nouvelle typologie des formes de gouvernance basée sur la coordination de la chaîne a été développée par Gereffi, Humphrey et Sturgeon (2005), ainsi que le relève la figure 3. Cette typologie est déterminée par trois variables : 1) la complexité de l'information entre les acteurs de la chaîne; 2) la manière dont les informations destinées à la production peuvent être codifiées; 3) le niveau de compétence des fournisseurs (Gereffi, Humphrey et Sturgeon, 2005). Elle se base grandement sur les liens entre les entreprises (Ponte, 2019). Enfin, la gouvernance comme normalisation ne définit pas de typologie particulière des chaînes comme les deux autres aspects de la gouvernance, mais va au-delà des trois variables de coordination développées par Gereffi, Humphrey et Sturgeon (2005); (Ponte, 2019). En effet, la gouvernance des chaînes comme normalisation s'interroge sur la nature normative de la coordination, ce qui permet de déterminer si les conventions dominantes voyagent le long de la chaîne, ce qui les fait voyager et quels acteurs ont le pouvoir normatif d'imposer une convention à un autre acteur, au-delà d'un seul nœud de la chaîne de valeur (Ponte, 2019).

Gouvernance de marché	- Transaction relativement simple - Informations sur les spécificités du produit facile à transmettre - Aucun lien de dépendance entre les acheteurs et fournisseurs (pas de coopération formelle) - Coûts de changement de partenaires faibles (pour les acheteurs et producteurs) - Mécanisme de gouvernance central : le prix.
Gouvernance modulaire	- Transaction complexe relativement facile à codifier - Production des produits selon les spécificités du client et les fournisseurs ont la responsabilité de la technologie des procédés en utilisant des machines génériques pour répartir les investissements à travers une large clientèle. - Coûts de changement de fournisseur faible - Relations plus importantes dues au volume élevé d'information circulant entre les entreprises. - Mécanisme de gouvernance : les technologies de l'information et les normes pour l'échange d'informations sont clés
Gouvernance relationnelle	- Informations complexes dans la chaîne, difficilement transmises et/ou apprises. - Interactions et partage de connaissance fréquents - Dépendance mutuelle - Les entreprises-chefs de file dictent ce qui est nécessaire et ont la capacité d'exercer un certain niveau de contrôle sur les fournisseurs. - Les producteurs sont plus susceptibles de fournir des produits différenciés en fonction de la qualité, de l'origine géographique ou d'autres caractéristiques uniques. - Difficile de changer de partenaire à cause des coûts et difficultés à établir ces relations.
Gouvernance captive	- Dépendance des petits fournisseurs envers un ou quelques acheteurs - Acheteurs ont beaucoup de pouvoir (asymétrie de pouvoir) - Niveau élevé de surveillance et de contrôle dans ces réseaux par l'entreprise-chef de file. - L'acheteur spécifie les conditions. - Coûts de changement élevé pour les deux parties. - Efficacité forte pour l'entreprise-chef de file. - Considérations éthiques pour garantir que les producteurs reçoivent un traitement équitable et une part équitable du prix du marché.
Gouvernance hiérarchique	- Intégration verticale et contrôle de la gestion par les entreprises-chefs de file - Les entreprises-chefs de file développent et fabriquent les produits à l'interne. - Souvent, les spécificités des produits ne peuvent être codifiées, les produits sont complexes ou de fournisseurs compétents ne peuvent être trouvé. - Largement diffusée comme mode de gouvernance

Figure 3 - Les 5 formes de gouvernance développée par Gereffi, Humphrey et Sturgeon (2005)

Source : figure adaptée de Gereffi, Humphrey et Sturgeon (2005)

En ce qui concerne les chaînes de valeur agroalimentaire, la coordination des chaînes de valeur agroalimentaire se caractérise par une forme de gouvernance lâche, indirecte et compétitive qui recherche le volume, le prix et la fiabilité auprès des grands commerçants internationaux (Purcell, Martinez-Esguerra et Fernandez, 2018). C'est notamment le cas pour des produits comme le café, le sucre de canne et le cacao. Ces chaînes sont donc majoritairement contrôlées par les acheteurs. Jaffee (2012) précise que la restructuration des chaînes agroalimentaires s'est effectuée dans le cadre de la mondialisation économique néo-libérale. Ces chaînes sont passées de chaînes « dirigées par les producteurs », contrôlées par de grandes entreprises de production et caractérisées par des produits de masse et un contrôle vertical, à des chaînes « dirigées par les acheteurs » où la qualité est un attribut clé, les produits sont très différenciés et les distributeurs et détaillants sont en mesure de contrôler les producteurs, d'imposer des conditions et de s'approprier une part croissante de la valeur. Ces chaînes s'apparentent ainsi à une forme de gouvernance captive (Jaffee, 2012).

Distribution de la valeur et du pouvoir

Nous avons vu précédemment que le type de structure et de gouvernance influe grandement sur la distribution de la valeur et du pouvoir à travers une chaîne de valeur. Van Dijk et Trienekens (2012b) soulignent l'importance de ces considérations dans l'analyse des chaînes de valeur. Qui plus est, ces considérations sont d'autant plus pertinentes dans notre recherche, puisque nous cherchons à comprendre comment les schémas de certifications tentent de rendre les chaînes de valeur plus équitable. Nous devons donc comprendre les mécanismes sous-jacents à ces deux notions, à des fins de rééquilibrage ou de repartage.

Valeur ajoutée

La valeur ajoutée est créée à différents stades et par différents acteurs tout au long de la chaîne. La distribution de celle-ci dépend fortement de la forme de gouvernance de la chaîne, du pouvoir et de la position de négociation des acteurs, de

l'asymétrie d'information entre les différentes étapes de la chaîne et aussi la technologie de production utilisée (Trienekens, 2012). Au-delà de la distribution, Dallas, Ponte et Sturgeon (2019) définissent la gouvernance des chaînes de valeur comme étant les actions et les normes qui façonnent les conditions d'inclusion, d'exclusion et le mode de participation à une chaîne de valeur, qui déterminent à leur tour les conditions et l'emplacement de l'ajout et de la capture de la valeur. Ainsi avant tout, cette définition de la gouvernance souligne qu'il s'agit de capturer de la valeur. La capture de cette valeur permet notamment à une entreprise d'être dans une position plus favorable. Plus encore, Cox (1999) ne manque pas de souligner qu'essentiellement, le commerce constitue l'appropriation de la valeur pour soi-même. La capture de la valeur est ainsi reliée au pouvoir de le faire.

Dans le cas des chaînes de valeur agroalimentaires, Purcell, Martinez-Esguerra et Fernandez (2018) précisent que les petits producteurs ont très peu d'opportunités de valeur ajoutée. En effet, les matières premières sont produites et rendues homogènes pour être différenciées aux stades de la transformation et de la distribution (Trienekens, 2012). Par ailleurs, ces petits producteurs rencontrent une multitude d'obstacles à leur potentiel développement de valeur ajoutée, notamment l'absence d'un environnement favorable offrant un soutien institutionnel et infrastructurel, la disponibilité des ressources et une coordination efficace et effective dans la chaîne. Ils ont peu de capitaux à investir, utilisent des techniques traditionnelles, dépendent de la main-d'œuvre familiale et n'ont pas de contact avec les acteurs (internationaux) du marché. Leur position est donc désavantageuse (Trienekens, 2012).

Pouvoir

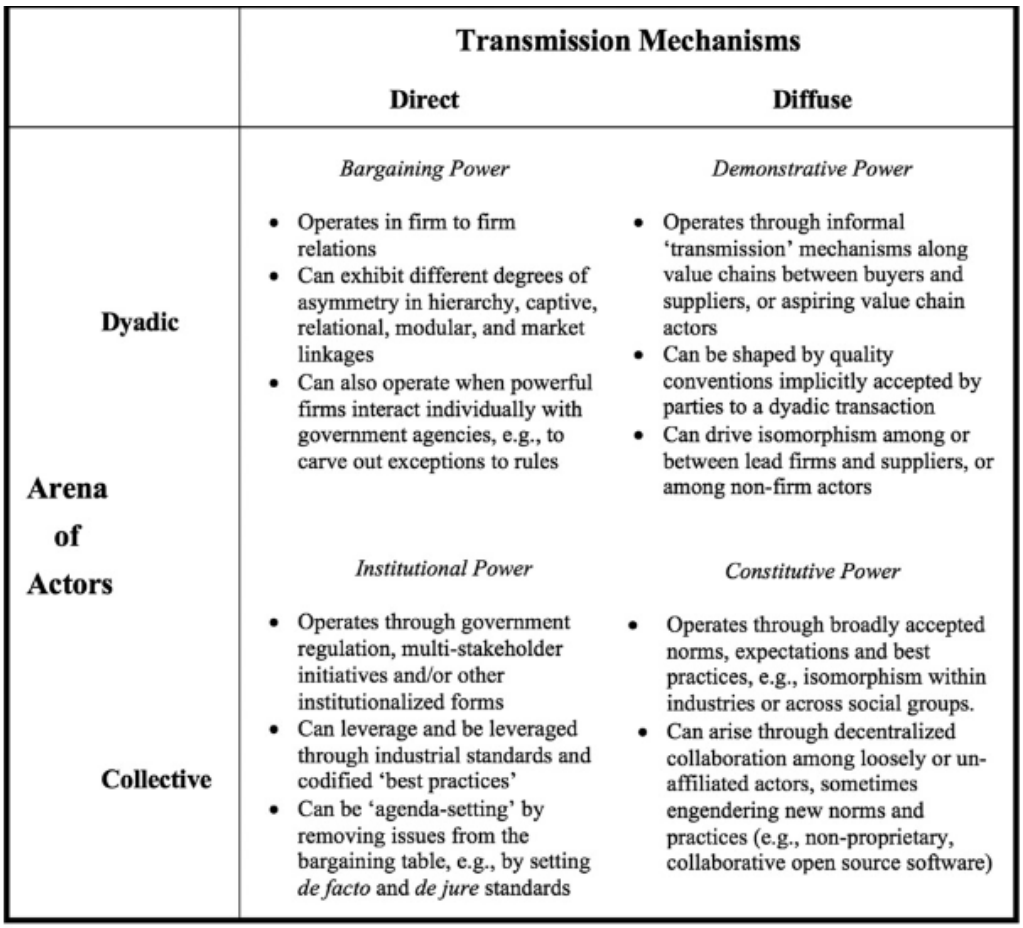
La notion de pouvoir est largement étudiée dans l'analyse et la gouvernance des CVM, notamment en termes de relations de négociation inégales entre les entreprises et plus particulièrement entre les entreprises dîtes « chefs de file » et les fournisseurs (Dallas, Ponte et Sturgeon, 2019). La théorie des entreprises « chefs de file » souligne que ces entreprises ont le plus de pouvoir (Van Dijk et Trienekens, 2012a).

Généralement, dans les chaînes de valeurs agroalimentaires, les relations de pouvoir sont en faveur des larges détaillants et les fournisseurs des produits en sont dépendants (Hingley, 2005). Il est largement reconnu que des dynamiques de pouvoir complexes affectent la gouvernance des systèmes agroalimentaires, en influençant les sphères matérielles et immatérielles telles que la technologie, les cadres de régulations, les marchés et les arènes discursives (Rossi, Bui et Marsden, 2019). Qui plus est, dans notre recherche sur les certifications de durabilité, il est important de souligner que les transitions de durabilité sont des processus à long terme de transformation impliquant divers acteurs et des changements de pouvoir (Rossi, Bui et Marsden, 2019). Ainsi, l'étude du concept de pouvoir dans les chaînes de valeur est primordiale pour comprendre comment les certifications travaillent pour rééquilibrer la chaîne et améliorer la position des agriculteurs.

Le pouvoir est l'un des concepts les plus contestés et les plus ambigus dans les sciences sociales (O'Hara et Clement, 2018). De nombreuses théories et concepts se servent de la notion de pouvoir, et cela dans divers secteurs et domaine de recherche. Ainsi, il n'y a pas une définition de la notion de pouvoir, mais bien plusieurs, qui servent les intérêts et buts de chaque théorie et contexte. Pour notre recherche, nous nous appuyons sur la typologie des diverses significations et utilisations du pouvoir dans la gouvernance des CVM développé par Dallas, Ponte et Sturgeon (2019). Cette typologie s'appuie sur la littérature des CVM, mais aussi des littératures connexes, ainsi que certaines théories sociales, tout en restant concentrée sur les buts de l'analyse des CVM. Elle est d'emblée pertinente à notre recherche. La typologie développée par Dallas, Ponte et Sturgeon (2019) est basée sur deux dimensions : les mécanismes de transmission et l'arène des acteurs[1]. Le mécanisme de transmission fait référence à la manière dont le pouvoir est transmis, intentionnellement (direct) ou non (diffus). L'arène des acteurs spécifie la configuration des acteurs parmi lesquelles le pouvoir est transmis, soit entre deux acteurs (dyade) ou plusieurs (collectif) (Dallas, Ponte et Sturgeon, 2019). Ainsi, ils

[1] Terme original *"arena": a place or scene of activity, debate or conflict* (Oxford Languages)

conceptualisent 4 formes de pouvoir dans la gouvernance des CVM, soit les pouvoirs de négociation, démonstratif, institutionnel et constitutif, dépeint par la figure 4.



Arena of Actors	Transmission Mechanisms: Direct	Transmission Mechanisms: Diffuse
Dyadic	*Bargaining Power* • Operates in firm to firm relations • Can exhibit different degrees of asymmetry in hierarchy, captive, relational, modular, and market linkages • Can also operate when powerful firms interact individually with government agencies, e.g., to carve out exceptions to rules	*Demonstrative Power* • Operates through informal 'transmission' mechanisms along value chains between buyers and suppliers, or aspiring value chain actors • Can be shaped by quality conventions implicitly accepted by parties to a dyadic transaction • Can drive isomorphism among or between lead firms and suppliers, or among non-firm actors
Collective	*Institutional Power* • Operates through government regulation, multi-stakeholder initiatives and/or other institutionalized forms • Can leverage and be leveraged through industrial standards and codified 'best practices' • Can be 'agenda-setting' by removing issues from the bargaining table, e.g., by setting *de facto* and *de jure* standards	*Constitutive Power* • Operates through broadly accepted norms, expectations and best practices, e.g., isomorphism within industries or across social groups. • Can arise through decentralized collaboration among loosely or un-affiliated actors, sometimes engendering new norms and practices (e.g., non-proprietary, collaborative open source software)

Note: Examples are illustrative, not comprehensive.

Figure 1. A typology of power in global value chains (GVCs).

Figure 4 - Typologie des formes de pouvoir dans une chaîne de valeur mondiale d'après Dallas, Ponte et Sturgeon (2019)
Source : développée et tirée de Dallas, Ponte et Sturgeon (2019)

La typologie de Dallas, Ponte et Sturgeon (2019) prend en compte divers formes de pouvoir qui s'appuie sur les relations interentreprises directes et moins directs, mais aussi sur le pouvoir qui émane du contexte dans lequel ces chaînes opèrent, comme les institutions et les normes sociales. Ainsi, une multitude d'acteurs sont pris en compte pour offrir un aperçu des différentes dynamiques et forces de pouvoir qui se manifestent. Ils précisent que ces différentes formes de pouvoir coexistent et peuvent se mélanger, se

superposer et se combiner (Dallas, Ponte et Sturgeon, 2019). Ainsi, le pouvoir de négociation se transmet directement entre deux acteurs, et est la forme de pouvoir la plus étudiée dans la littérature. Le pouvoir démonstratif est une forme de pouvoir qui se transmet de manière informelle le long de la chaîne de valeur. Les exigences inscrites dans une relation dyadique dans la chaîne de valeur peuvent influencer bien plus que le comportement et les choix des fournisseurs impliqués dans cette transaction, en créant un effet de démonstration parmi les fournisseurs concurrents, les fournisseurs potentiels, etc. Ce type de pouvoir peut aussi être exercé par des acteurs en dehors des entreprises (Ponte, 2019). Le pouvoir institutionnel, quant à lui, est véhiculé directement par des groupes formels, tels que des associations industrielles, des initiatives multipartites, des gouvernements, etc. Il peut se manifester en codifiant les « meilleures pratiques » à adopter et en créant des standards (Ponte, 2019). Enfin, le pouvoir constitutif se manifeste lorsque des collectifs n'affichent pas clairement ou formellement leur adhésion commune. Par conséquent, le pouvoir constitutif n'est pas véhiculé par des acteurs ou des institutions en particulier, et les résultats en sont involontaires. Il peut prendre la forme de normes ou règles plus informelles, moins institutionnelles, moins codifiées. Néanmoins, la violation de ces dernières sera reconnue et des sanctions peuvent être imposées collectivement (Ponte, 2019). Ces différentes formes de pouvoir se manifestent ainsi dans la gouvernance des CVM et viennent marginaliser plus ou moins certains acteurs en façonnant les dynamiques d'inclusion et d'exclusion.

CHAPITRE 2 - CADRE CONCEPTUEL

Notre problématique nous amène à étudier l'implication des mécanismes des certifications afin de comprendre comment ces dernières peuvent contribuer à rendre une chaîne de valeur plus équitable. Nous élaborons ainsi ici la littérature existante sur l'intersection de ces deux domaines de recherche, pour en premier lieu, comprendre l'implication des certifications dans les chaînes de valeur et de l'autre, identifier les lacunes présentes à l'intersection de ces deux littératures. En effet, les régulations privées sont largement abordées et étudiées dans la littérature, néanmoins leurs relations avec les chaînes de valeurs mondiales ne sont pas explicitement analysées (Wahl et Bull, 2013). Ainsi, l'objectif de ce chapitre est triple: identifier les approches et théories existantes pour atteindre plus d'équité dans les chaînes de valeurs, l'implication des certifications dans ces dernières et les lacunes de l'intersection de ces deux domaines de recherche. Ce chapitre constitue le cadre conceptuel de notre recherche. Nous exposons en premier lieu les concepts et théories visant une redistribution plus égale à travers la chaîne de valeur. Puis, nous terminons par les notions d'équité et de justice sociale présentes dans la littérature des CVM, en réfléchissant sur le rôle potentiel des certifications à influencer leurs résultats.

2.1. Vers une redistribution plus égale : des pistes de stratégies dans les chaînes de valeur mondiale

Nous explorons donc dans la littérature les pistes pour atteindre plus d'équité dans les chaînes de valeurs. Les disparités se manifestent notamment par une inégale distribution du pouvoir et de la valeur ajoutée à travers la chaîne (Van Dijk et Trienekens, 2012a). Il est donc nécessaire de s'attarder sur les approches qui permettent de rééquilibrer les relations de pouvoir et la capture de valeur ajoutée pour les petits producteurs. Différents auteurs soulignent des approches différentes. Ricketts, Turvey et Gómez (2014) affirment, par exemple, qu'il faut se concentrer sur la manière dont les profits, les risques et bénéfices sont distribués à travers la chaîne de valeur.

Similairement, d'autres auteurs se sont attelés à comprendre la manière dont les distributions inégales des récompenses au sein de chaîne de valeur mondiale peuvent être remises en faveur des travailleurs et des pays en développement (Bolwig *et al.*, 2010). Dans notre recherche, nous nous concentrons sur les concepts et théories qui visent à modifier la coordination de la chaîne d'une manière équitable, la redistribution plus égale de la valeur ajoutée, et enfin le rééquilibrage des relations de pouvoir. Conséquemment, nous explorons le concept de transparence et de responsabilité, les stratégies d'*upgrading* et le concept d'*empowerment*.

2.1.1. Modification de la coordination : transparence et responsabilité

Le concept de transparence, affilié aux contextes des chaînes de valeur, est perçu comme étant capable de transformer la durabilité des systèmes de production agricole. Dans le cadre de notre recherche, la transparence est perçue comme un moyen de réduire les disparités entre les différents acteurs de la chaîne, notamment pour les producteurs, acteurs marginalisés de la chaîne. En effet, Gardner *et al.* (2019) exposent d'un côté, le fait que la transparence peut démystifier les chaînes de valeurs complexes, principalement en permettant d'identifier et donc de minimiser les risques, de faire le suivi des progrès, où et comment ils se font, ainsi qu'en améliorant les conditions sur le terrain. La transparence au sens large s'apparente comme un état dans lequel l'information est rendue apparente et facilement accessible à certains acteurs (Gardner *et al.*, 2019). Mol (2015) précise que le concept de transparence est souvent analysé selon deux critères. D'un côté, les politiques et les pratiques de transparence sont évaluées en fonction des critères normatifs liés à la démocratie, à la participation, à la responsabilité et au droit de savoir. Cette transparence est censée donner du pouvoir aux plus démunis et responsabiliser ceux qui détiennent le plus de pouvoir, et cela, en réduisant les asymétries d'information, en permettant une participation plus égale aux controverses politiques et en renforçant la responsabilité. De l'autre côté, les politiques et pratiques de la transparence sont analysées par rapport à des critères substantiels, comme

l'amélioration de la durabilité ou à une gouvernance environnementale plus efficace (Mol, 2015).

La responsabilité est liée à au concept de transparence, notamment lorsque l'on recherche à atteindre une transparence plus grande, cela requiert de prendre responsabilité ou d'imposer cette responsabilité à, voir même forcer, l'entité concernée (Mol, 2015). Cette responsabilité et cette transparence a notamment été demandées dans les CVM, d'une manière plus ou moins volontaire afin d'acquérir plus d'informations sur les qualités environnementales et durables des produits et processus de production (Mol, 2015). La figure 5 démontre l'implication de la transparence pour l'équité des chaînes de valeur.

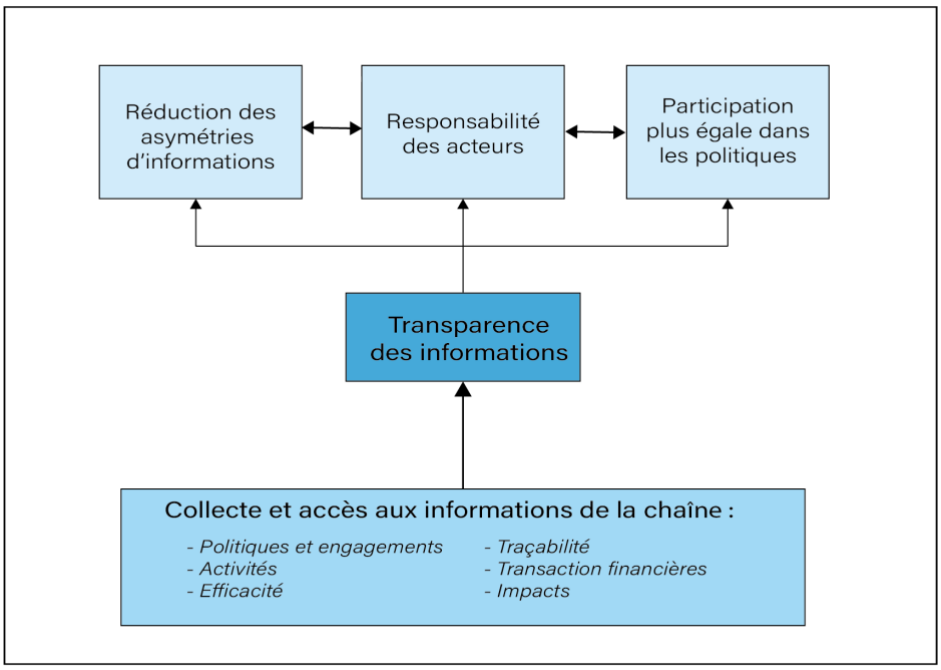


Figure 5 - Implication de la transparence dans l'équité de la chaîne
Source : figure adaptée par l'auteure d'après les informations tirées de Gardner *et al.* (2019) et Mol (2015).

Le concept de transparence est ainsi très pertinent à notre recherche, puisque l'augmentation de la transparence est censée rebalancer profondément les asymétries d'accès (ou dans l'accès) aux informations sur l'origine et les impacts des produits

agricoles qui sont échangés. Afin d'atteindre cette transparence dans les chaînes de valeur complexe, Gardner *et al.* (2019) précisent alors que cela implique un processus de simplification, de standardisation et de désintégration des contextes sociaux et écologiques locaux. Néanmoins, l'impact d'une transparence accrue dépend fondamentalement de la nature des informations qui sont rendues transparentes, de la manière dont elles le sont, de qui les reçoit et leur objectif (Gardner *et al.*, 2019). Conséquemment, nous regardons l'implication des certifications dans l'acquisition de cette transparence et de la manière dont elle est acquise.

2.1.2. Modification de la distribution et capture de la valeur ajoutée : stratégies d'*upgrading*

Le concept de « *upgrade* » est très présent dans la littérature sur l'analyse des CVM. Comme son nom l'indique, ce concept met en avant le fait de pouvoir passer à des activités de production à plus forte valeur ajoutée, avec des technologies, des connaissances et des compétences améliorées ainsi que des profits ou des bénéfices augmentés (McWilliam *et al.*, 2020). Il se concentre également sur les stratégies *bottom-up* utilisées par les pays, les régions et les entreprises locales pour maintenir ou améliorer leur position et leurs résultats dans l'économie mondiale (Lee et Gereffi, 2015). Ce concept est ainsi utilisé pour identifier les possibilités pour les producteurs de « remonter la chaîne de valeur », soit en passant à des positions fonctionnelles plus gratifiantes, soit en fabriquant des produits dans lesquels on a investi une plus grande valeur ajoutée ou qui peuvent offrir un meilleur rendement aux producteurs (Riisgaard *et al.*, 2010). L'analyse des CVM cherche à comprendre dans quelles conditions, dépendamment du mode de gouvernance, *l'upgrading* (ou « *downgrading* ») est susceptible de se produire (Lee et Gereffi, 2015).

Il existe plusieurs stratégies d'*upgrading* dans les chaînes de valeur. De nombreux auteurs se sont chargées de développer une typologie de ces stratégies. Nous retenons ici celle de Van Dijk et Trienekens (2012b). En effet, leur typologie est basée sur des

typologies construites précédemment par d'autres auteurs, résultant ainsi d'une typologie plus complète. Également, Van Dijk et Trienekens (2012b) se concentrent sur les chaînes présentent dans les pays en développement et mettent de l'avant que le concept d'*upgrade* représente une opportunité de rendre ces chaînes plus durables. Ces deux éléments s'appliquent donc particulièrement à notre étude. Il est nécessaire de souligner aussi que les résultats de ces stratégies sont affectés par le type de structure de gouvernance de la chaîne (Lee et Gereffi, 2015), et le contexte dans lequel elles opèrent. En effet, Trienekens (2012) souligne que certains éléments peuvent contraindre l'*upgrading* des agriculteurs, soit le manque de compétences spécialisées et la difficulté à avoir accès à de la technologie, des intrants, au marché, à de l'information, du crédit et des services externes. McWilliam *et al.* (2020) soulignent aussi que les asymétries de pouvoir dans les chaînes peuvent contraindre l'*upgrading* des agriculteurs.

Humphrey et Schmitz (2002) distinguent donc quatre stratégies d'*upgrading* dans les chaînes de valeur dans les pays en développement, ainsi illustrées par le tableau 5 : l'*upgrading* par une augmentation de la valeur ajoutée, l'*upgrading* par l'amélioration de l'accès au marché, l'*upgrading* grâce à de meilleures structures de gouvernance de la chaîne de valeur et l'*upgrading* par le biais de partenariats.

Tableau 5 - Les stratégies d'*upgrading* selon Humphrey et Schmitz (2002)

Stratégies	Définition
Upgrading par une augmentation de la valeur ajoutée	*Upgrading* des produits : - Caractéristiques intrinsèques (qualité du produit, composition, emballage…) - Caractéristiques extrinsèques (caractéristiques de la production, conditions de production…)
	Upgrading des processus : - *Upgrading* du produit - Optimisation des processus de production et de distribution
	Upgrading fonctionnel : - Externalisation des fonctions de production/distribution.
	Upgrading intersectoriel : - Différenciation des produits.

Upgrading par l'amélioration de l'accès au marché	Amélioration des relations horizontales : - Achat conjoint d'intrants de production - Utilisation conjointe d'installations de production - Commercialisation conjointe de produits Amélioration des relations verticales : - Participer au bon canal pour le bon marché - Différenciation des marchés
Upgrading grâce à de meilleures structures de gouvernance de la chaîne de valeur	- Structure de gouvernance plus intégrées (ex. : contrats formels à long terme ou intégration verticale - Forme de collaboration horizontale
Upgrading par le biais de partenariats	- Soutien des acteurs extérieur (technologique, organisationnel, politique et éducatif)

Source : Informations tirées de Humphrey et Schmitz (2002)

Ces stratégies ont donc pour but de « monter de position dans la chaîne de valeur ». Cependant, ces phénomènes d'*upgrading* peuvent ne pas contribuer à l'amélioration des conditions sociales (Lee et Gereffi, 2015). En effet, il est souvent pris pour acquis dans la littérature que l'*upgrading* économique conduit à des gains sociaux, c'est-à-dire l'amélioration du bien-être des travailleurs dans les chaînes. Mais, il est de plus en plus démontré que l'*upgrading* économique ne contribue pas à l'*upgrading* social, et que parfois cela peut même aggraver les conditions sociales. L'*upgrading* social réfère donc au processus d'amélioration des droits et des prestations des travailleurs en tant qu'acteurs sociaux et l'amélioration de la qualité de leur emploi (Lee et Gereffi, 2015). Également, aborder l'*upgrading* comme un problème de gestion et de compétences tend à minimiser les relations de pouvoir asymétriques dans les chaînes de valeur agroalimentaires (Riisgard et *al.*, 2010). Pour notre analyse, nous allons donc nous concentrer sur les stratégies d'*upgrading* par augmentation de la valeur ajoutée, par l'amélioration de l'accès au marché et grâce à de meilleures structures de gouvernance de la chaîne de valeur pour comprendre quelles éléments et stratégies les certifications permettent de mettre en place. La stratégie d'*upgrading* par le biais de partenariats représente les certifications en elles-mêmes puisqu'elles sont des actrices extérieures apportant un soutien.

2.1.3. Modification des relations de pouvoir : *empowerment*

L'*empowerment* est une notion qui examine les façons de rééquilibrer les disparités de relations de pouvoir. C'est une approche souvent citée par des chercheurs et une stratégie utilisée par les certificateurs (Howard *et al.*, 2016). Le concept d'*empowerment* a été développé par le mouvement féministe et le terme est devenu de plus en plus utilisé au milieu des années 80 (Calvès, 2009). À la suite de la prise de la conscience de la pauvreté et à plusieurs évènements mondiaux, les organisations internationales ont progressivement commencé à employer le terme à des fins de réduction de la pauvreté, pour finalement l'institutionnaliser en 2001 dans la publication du World Development Report 2000/2001 : *attacking poverty* (Calvès, 2009). Cette institutionnalisation permet alors d'aborder la notion de pouvoir pour les personnes défavorisées. La Banque Mondiale reconnaît par la suite la dimension politique du pouvoir ainsi que le concept d'*empowerment* (Calvès, 2009).

Aujourd'hui, le concept d'*empowerment* est couramment utilisé dans les études en développement, notamment dans la « participation des pauvres » (Calvès, 2009). En effet, les théories de l'*empowerment* ont pour but de donner la priorité au point de vue des oppressés et des groupes marginalisés. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle le terme *empowerment* a émergé en premier lieu. Le but est que les groupes marginalisés puissent s'exprimer et gagner du pouvoir afin de combattre la domination à laquelle ils sont sujet (Calvès, 2009).

Les définitions de *l'empowerment* sont multiples et varient beaucoup d'un organisme à un autre (Calvès, 2009). De plus, la polysémie du terme rend difficile sa traduction, notamment française, et vient altérer le sens primaire du terme (Guétat-Bernard et Lapeyre, 2017). Il n'y a donc pas de définition généralement acceptée du terme (Schuster et Maertens, 2016). Également, l'utilisation du concept dans divers domaines multiplie encore plus les perceptions différentes du concept d'*empowerment* et vient rendre son application pratique difficile (Calvès, 2009). Par exemple, la Banque

Mondiale définit le concept d'*empowerment* comme consistant à renforcer la capacité des pauvres à influencer les institutions de l'État qui affectent leur vie, en renforçant leur participation aux processus politiques et à la prise de décision locale, et cela, en incitant les institutions de l'État à être attentif aux pauvres (Calvès, 2009). Cette définition met l'emphase sur l'intervention publique à travers la démocratisation, la décentralisation et la collaboration entre les communautés et les autorités locales (Calvès, 2009).

Cependant, cette vision de l'*empowerment* ne rapporte pas la visée originale du concept. En effet, la conception originale du terme met l'emphase sur le pouvoir perçu comme un processus complexe concentré sur les dimensions individuelles et collectives du pouvoir (Calvès, 2009). Beaucoup d'auteurs considèrent donc *l'empowerment* comme une augmentation du pouvoir, qui peut conduire à une action transformatrice (Schuster et Maertens, 2016). Ainsi, le concept d'*empowerment* réfère au processus d'acquisition de plus de contrôle sur la vie de quelqu'un (Sirdey et Lallau, 2020). Autrement dit, le concept d'*empowerment* réfère à la capacité des individus et des groupes à agir afin d'assurer leur propre bien-être ou leur droit à participer aux prises de décisions qui les concernent (Calvès, 2009). Le processus d'*empowerment* est également perçu comme une structure d'opportunités sociales, politiques, géographiques et économiques (Sirdey et Lallau, 2020).

Il est important de préciser que les définitions soulignent le fait que le processus d'*empowerment* doit provenir des personnes concernées, soit, comme des personnes défavorisées, oppressées, pauvres. Le terme pauvre est ici employé pour dénommer les personnes sans voix et sans pouvoir (Calvès, 2009). Également, il y a toujours une dualité entre *l'empowerment* individuel et collectif. En effet, outre Calvès (2009), Rossi, Bui et Marsden (2019) reconnaissent qu'il existe deux formes d'*empowerment* : l'*empowerment* individuel et l'*empowerment* collectif. Sirdey et Lallau (2020) confirment cette dualité permanente en définissant l'*empowerment* comme le résultat de plus d'agences individuelles ou collectives (*individual or collective agency).*

De plus, l'*empowerment* est fortement relié à des concepts sous-jacents, qui permettent de saisir le sens du terme et du processus. D'abord, de nombreux auteurs mentionnent ou reconnaissent le lien entre *empowerment* et *agency* (agence) (O'Hara et Clement, 2018; Schuster et Maertens, 2016). En effet, le concept d'agence réfère à la capacité d'agir au nom de ce que l'on estime (Alsop, Bertelsen et Holland, 2006). Il est donc étroitement lié au concept d'*empowerment*. O'Hara et Clement (2018) l'assimilent ainsi au « pouvoir de » défini par Rowland. Également, Alsop, Bertelsen et Holland (2006) précisent que le processus d'*empowerment* nécessite un environnement favorable, qui offre aux personnes la possibilité d'exercer ce concept d'agence. D'ailleurs, la structure existante de pouvoir de l'individu est à prendre en compte dans ce processus d'*empowerment* (Sirdey et Lallau, 2020). Néanmoins, O'Hara et Clement (2018) soulignent le fait que, selon les théories classiques du pouvoir en sciences sociales et politiques, le pouvoir peut prendre bien d'autres formes que l'agence ou autrement dit, « le pouvoir de ». En effet, outre l'accès aux prises de décisions ou aux opportunités diverses, l'*empowerment* est avant tout un processus. Il est donc nécessaire de prendre en compte la conscience critique de l'individu et les valeurs qui y sont reliées (O'Hara et Clement, 2018). La conscience critique nécessaire à l'*empowerment* a été développée par le chercheur Paulo Freire (1972), une des théories les plus connues.

Ainsi, selon O'Hara et Clement (2018), le concept *d'empowerment* est composé de 3 caractéristiques : l'agence de l'individu, la conscience critique de l'individu et les valeurs qui s'y rattachent. Il est également nécessaire de retenir deux éléments du concept d'*empowerment* : le terme souligne l'acquisition d'un pouvoir et un processus d'apprentissage pour y accéder (Guétat-Bernard et Lapeyre, 2017). Les auteurs proposent d'ailleurs une traduction française respectant ces deux critères : le pouvoir d'agir.

Il existe plusieurs cadres conceptuels développés afin de mesurer l'*empowerment.* Mais, il n'y a aucune méthode approuvée pour le mesurer (Schuster et Maertens, 2016). Par ailleurs, chaque domaine d'utilisation a plus ou moins développé une mesure pour étudier l'*empowerment* du groupe visé. Cependant, certains domaines ont été plus

développés que d'autres. Par exemple, la littérature sur l'*empowerment* des femmes est vaste tandis que celle des agriculteurs reste très mince (Rashid, Islam et Quamruzzaman, 2016). Dans les études réalisées précédemment sur l'*empowerment* des agriculteurs, on retrouve Sendilkumar (2012), qui a développé le *Empowerment Dynamics Index (EDI)*. Rashid, Islam et Quamruzzaman (2016) ont également développé une typologie, l'*Empowerment Condition Index*, illustré par le tableau 6, se basant sur 5 indicateurs : *l'empowerment* économique, familial et social, politique, des connaissances et psychologique. Cette mesure est très pertinente pour notre étude puisqu'elle prend en compte l'environnement, mais aussi l'agence des agriculteurs.

Tableau 6 – Type d'*empowerment* selon l'*Empowerment Condition Index*

Type *d'empowerment*	Définition
Économique	Il se base sur un revenu dû à l'obtention de rendements, à l'épargne, aux investissements, à l'obtention de prêts agricoles et à l'achat d'intrants agricoles.
Familial et social	Il se mesure à travers les changements dans le développement des contacts (institutionnels) de la personne, des liens avec les départements de développement, l'esprit d'équipe, les qualités de *leadership* et les consensus de groupe pour résoudre les problèmes.
Politique	Il est mesuré à travers les changements au niveau des activités sociales de bien-être, d'adhésion à l'organisation sociale, à la liberté d'expression et à la gestion des conflits.
Connaissance	Il se mesure par les changements dans l'utilisation des machines et équipements, les connaissances sur la valeur ajoutée, l'adoption des pratiques de GIP, GIN et GIBV.
Psychologique	Il passe par les changements dans la motivation de la personne à l'agriculture, à l'estime de soi, à la capacité à prendre des risques, à la confiance et capacité à prendre des décisions.s

Source : tableau créé par l'auteure à partir de l'*Empowerment Condition Index* de Rashid, Islam et Quamruzzaman (2016)

Cependant, outre le manque de mesures uniformes et approuvées de l'*empowerment*, les outils existants soulèvent plusieurs défis. En effet, l'un des premiers problèmes, soulevé par O'Hara et Clement (2018), est la création d'un outil de mesure valable et applicable à divers contextes culturels. Cela provient notamment des concepts sous-jacents l'*empowerment,* soit le concept d'agence, de conscience critique et de valeurs. Les normes varient d'une culture à une autre, ainsi la définition d'indicateur normatif universel sous la forme d'agence ou de réalisations peuvent indiquer dans

certains contextes, une forme d'*empowerment* et dans d'autres non. O'Hara et Clement (2018) donnent l'exemple de la mobilité, qui peut être considéré comme une forme d'*empowerment* dans certains contextes. Également, les valeurs diffèrent entre les individus et les cultures. Ainsi, les indicateurs normatifs pourraient refléter plutôt les valeurs de ceux qui les ont créés que ceux qui sont mesurés (O'Hara et Clement, 2018). Également, les indicateurs qui tentent de se baser sur les perceptions pourraient rencontrer un obstacle aussi : cela nécessite de la part des personnes mesurées un certain niveau de conscience critique déjà développé pour pouvoir répondre, même à la forme la plus visible de prise de décision (O'Hara et Clement, 2018). Enfin, Calvès (2009) précise que l'essence même de l'*empowerment* est de laisser les acteurs concernés définit leurs buts et les actions à prendre. Il n'est donc pas possible d' « appliquer » l'*empowerment* à travers des standards ou des mesures, mais bien de laisser les acteurs s'*empower.* Nous allons désormais définir la notion d'équité, centre à notre recherche, afin de comprendre l'implication finale des certifications dans l'obtention de celle-ci.

2.2. Vers plus d'équité : à la croisée des deux littératures

Bien que la dimension environnementale de la durabilité importe tout autant, nous nous concentrons dans notre recherche sur la notion d'équité, à la croisée de la dimension sociale et économique de la durabilité. Panigrahi, Bahinipati et Jain (2019) soulignent notamment que la dimension sociale est très importante dans la gestion de la durabilité des chaînes de valeurs, puisque les organisations impliquent de multiples parties prenantes dont les buts, les objectifs et les perspectives varient. Ainsi, nous présentons la notion d'équité à travers la justice distributive et procédurale.

La notion d'équité n'est pas simple à définir, surtout dans un contexte économique (Girard et Gendron, 2011) et possède de multiples définitions (Everett, Neu et Rahaman, 2017). Pour donner suite à leur étude de la notion d'équité par rapport à la morale et à la philosophie, Girard et Gendron (2011) concluent qu'une situation équitable est le fait de corriger les défauts d'une distribution inégale des biens. La perception

d’équité est notamment reliée à différentes dimensions, et particulièrement à celle de la justice. Ainsi, la perception d’équité fait appel à la justice distributive et la justice procédurale (Everett, Neu et Rahaman, 2017).

La justice distributive (ou l’équité distributive) correspond à une évaluation du degré de rétribution des participants (Zhou, Govindan et Xie, 2020). Ainsi, leurs contributions génèrent des récompenses qui peuvent se manifester sous des formes tangibles (comme des bénéfices ou des dividendes) ou plus intangibles (comme l'amélioration de la réputation ou l'acquisition de connaissances). La justice distributive est présente dans les discours du commerce équitable, puisqu’elle s’agit de corriger des injustices dans des transactions qui respectent les procédures classiques des échanges internationaux (Girard et Gendron, 2011).

La justice procédurale (ou l’équité procédurale), quant à elle, se concentre sur l'évaluation du niveau d'indépendance des parties dans les procédures et les normes qui sont transparentes, ajustables, modifiables, impartiales, représentatives et non discriminatoires, ainsi que sur la cohérence avec les conditions contractuelles pour la prise de décision et l'exécution dans le processus d'échange (Zhou, Govindan et Xie, 2020). Ainsi, cette forme de justice peut parfois combiner une égalité des chances et une recherche d’égalité de résultats, notamment en donnant une priorité aux « plus mal lotis » (Ballet et Gendron, 2011). Coolsaet et Pitseys (2015) soulignent alors qu’il y a justice procédurale lorsque toutes les parties affectées par une décision ont eu la chance de participer au processus décisionnel et d’influencer le résultat final.

Au-delà de l’activité économique des chaînes de valeur, les réseaux de production impliquent des processus sociaux liés à la production de biens et de services et à la reproduction de connaissances, de capital et de la force de travail (Levy, 2008). Ainsi, Levy (2008) souligne que la division et dispersion des activités économiques masquent les asymétries de pouvoir et de revenu, mais créent aussi des opportunités pour des agents stratégiques de révéler ces asymétries, trouver des points de tensions et de négociation, ainsi que défier les structures et processus existants. Ces phénomènes ne peuvent que se

produire si les acteurs qui participent à ces chaînes sont conscients de leur participation. La conscience de leur identité dans la participation à un même système croît au fur et à mesure que les différents acteurs d'un réseau de production collaborent ou rivalisent sur les dimensions économiques, régulatrices et idéologiques (Levy, 2008). Cette prise de conscience consiste alors à reconnaître son identité et son appartenance à une chaîne de valeur et ainsi participer activement à la construction des processus sociaux et la création de sens ainsi qu'à la négociation de l'ordre sociale. Cette prise de conscience comme forme de justice sociale que mentionne Levy (2008) s'aligne avec le concept de conscientisation développé par Freire (1972) et souvent repris dans le concept *d'empowerment*. Ainsi, Freire (1972) définit la conscientisation comme: *"a process of individuals seeing themselves as knowing subjects, (who) achieve a deepening awareness both of the socio-historical reality which shapes their lives and of their capacity to transform that reality"* (Freire, 1972, p. 27).

2.3. Cadre conceptuel

La notion d'équité est une notion moins abordée dans le débat de la justice sociale du commerce international. Elle est difficile à définir et par conséquent, à établir un champ d'application. Nous nous appuyons alors sur les approches et théories susmentionnées pour investiguer notre sujet à l'étude. En effet, nous considérons qu'au-delà de corriger les défauts d'une distribution inégale des biens (Girard et Gendron, 2011), une situation équitable doit rebalancer les disparités de pouvoir et de valeur ajoutée ainsi qu'atteindre une coordination de la CVM plus transparente (entre autres). Nous visons ainsi dans notre recherche à comprendre comment les certifications modifient les actions et normes des CVM pour la rendre plus inclusive et favorable aux petits producteurs, qui sont en général exclus et marginalisés. Ponte (2019) précise qu'il y a une littérature émergente qui s'intéresse à la manière dont les ONG et les mouvements sociaux contestent les dynamiques de pouvoir existantes dans les CVM. Néanmoins, jusqu'à présent, aucune recherche consultée n'a traité des mécanismes propres aux certifications et leurs effets sur les CVM et leur gouvernance. Nous cherchons

ainsi à comprendre comment des mouvements privés qui s'apparentent à des régulations, soit les certifications tentent de modifier les chaînes de valeur agroalimentaire et leur gouvernance d'une manière plus équitable. La figure 6 illustre notre cadre conceptuel initial.

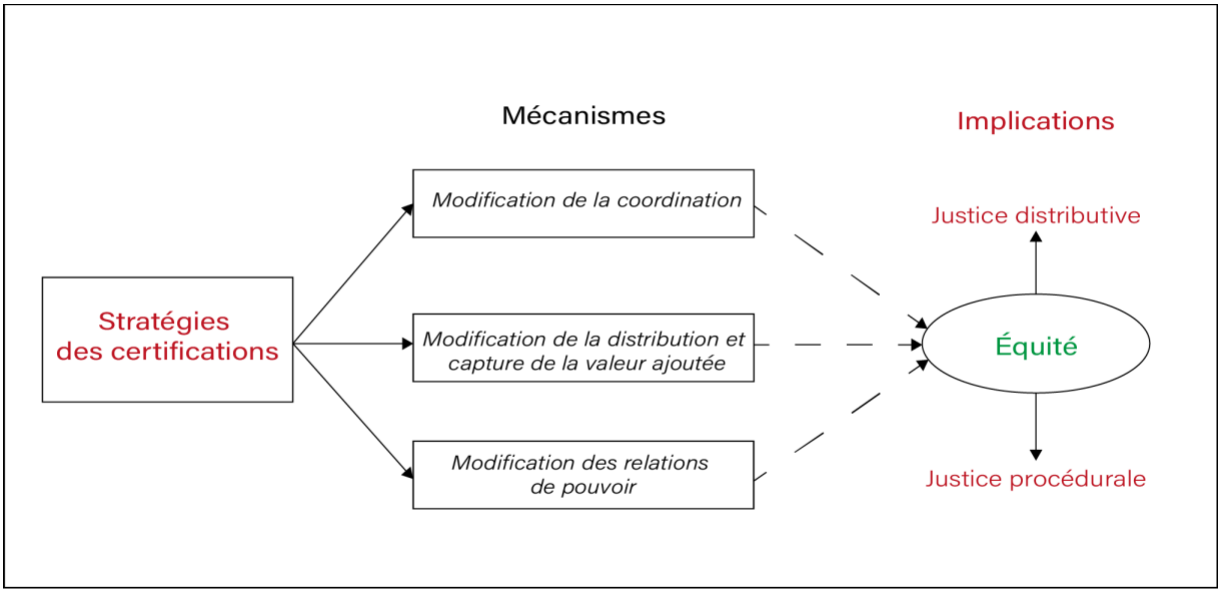


Figure 6 - Implication des certifications dans l'équité des chaînes de valeurs
Source : créé par l'auteure

Notre cadre conceptuel dépeint ainsi notre champ d'application pour notre recherche. Pour rappel, notre question de recherche est la suivante : comment les certifications par un tiers de durabilité travaillent pour rendre la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat plus équitable ? Nous cherchons alors quelles stratégies les certifications permettent de mettre en place dans la chaîne de valeur, et particulièrement au niveau du secteur du cacao. Puis, nous analysons l'implication de ces stratégies pour atteindre une plus grande équité dans la chaîne. Pour cela, nous étudions la manière dont les certifications permettent aux producteurs de modifier leur position dans la chaîne, en obtenant une justice distributive et procédurale vis-à-vis de leur participation à la CVM de l'industrie du chocolat. Afin d'étudier notre phénomène, nous décrivons la méthodologie choisie pour réaliser notre recherche dans le prochain chapitre.

CHAPITRE 3 - MÉTHODOLOGIE

Ce chapitre décrit nos choix méthodologiques pour mettre en application notre cadre conceptuel. La revue de littérature nous a permis de définir les deux concepts majeurs de notre question de recherche. D'un côté, nous avons parcouru la littérature sur les mécanismes des certifications, où nous avons pu déterminer certains modes d'action de ces régulations privées. D'un autre côté, la littérature sur les chaînes de valeur nous a éclairés sur leurs éléments constitutifs et leur gouvernance. En troisième lieu, nous avons exploré les pistes plausibles pour atteindre une plus grande équité au sein des chaînes de valeurs, notamment à travers les certifications. Nous explicitons ainsi nos choix épistémologiques et méthodologiques en concordance avec notre phénomène d'étude et nos croyances personnelles.

Dans le cadre de notre recherche, nous nous positionnons dans une approche constructiviste. En effet, nous cherchons en premier lieu à comprendre l'expérience humaine des individus dans le monde dans lequel ils vivent et travaillent afin d'interpréter leur sens du monde (Creswell, 2003; Welch *et al.*, 2010). Par conséquent, nous cherchons la particularisation plutôt que la généralisation (Stake, 1998). Nous croyons que les individus construisent un sens subjectif de leur expérience, et nous nous devons donc d'étudier la complexité des différentes perceptions plutôt que de tenter de les réduire en quelques catégories (Creswell, 2003). Dans cette tradition interprétative, nous nous appuierons ainsi sur le contexte et les récits des personnes à l'étude (Welch *et al.*, 2010). Également, nous considérons que notre propre expérience culturelle et historique construit notre interprétation (Creswell, 2003). En conséquence, nos choix méthodologiques qui vont suivre seront orientés dans cette perspective de pensée. Nous nous attarderons à justifier chaque choix et décision prise pour souligner notre vision.

Il s'avère alors pertinent de réaliser une recherche qualitative pour étudier notre phénomène. En effet, Creswell (2003) souligne notamment que la recherche qualitative permet d'acquérir de multiples perceptions sur les expériences individuelles ainsi que les

constructions sociales et historiques. Qui plus est, Birkinshaw, Brannen et Tung (2011) soulignent l'importance et la valeur des méthodes qualitatives dans la recherche en affaires internationales, car la nature de ce champ de recherche est multiculturelle, multidimensionnelle et dynamique. Cela requiert ainsi des procédés qui permettent la recherche exploratoire, la description approfondie et l'analyse comparative de cas afin d'étudier les complexités des phénomènes émergents et évolutifs dispersés sur une grande distance géographique ainsi que les multiples contextes différents typiques des sujets étudiés dans la recherche en affaires internationales (Birkinshaw, Brannen et Tung, 2011). Il est donc stratégique d'utiliser la recherche qualitative pour étudier notre phénomène.

Notre recherche est plutôt d'ordre exploratoire, car nous recherchons à comprendre ce qu'il se passe entre les mécanismes des certifications, et l'équité d'une chaîne de valeur. Cette approche nous permet notamment de clarifier notre compréhension du problème et chercher de nouvelles perspectives (Saunders, 2009). C'est pourquoi nous utilisons d'ailleurs une approche mixe (inductive-déductive) (Miles, Huberman et Saldaña, 2014). Grâce à notre revue de littérature, nous avons pu préétablir les concepts sous-jacents à notre phénomène d'étude, identifier les zones d'ombres et identifier les possibles pistes de réponses. Par notre stratégie de recherche, nous pourrons soit découvrir de nouvelles pistes de réponses ou confirmer les pistes préétablies. Nous pouvons ainsi nous appuyer sur la littérature ainsi que laisser place à l'émergence de nouveaux concepts dans l'analyse de nos données.

3.1. Stratégie de recherche

3.1.1. Étude de cas

L'étude de cas est une stratégie de recherche couramment utilisée en recherche qualitative (Stake, 1998). C'est une stratégie de recherche qui implique une enquête empirique sur un phénomène contemporain particulier dans son contexte de vie réel, en

utilisant de multiples sources d'évidences (Robson, 2002). Welch *et al.* (2010) précisent que l'étude de cas est la stratégie la plus utilisée dans les recherches qualitatives en affaires internationales, notamment pour sa capacité à générer de nouvelles perspectives théoriques. Cependant, cette stratégie de recherche a été majoritairement utilisée à des fins d'élaboration inductive de théories dans ce champ de recherche, ce qui a limité son potentiel de théorisation, tant en termes d'explications causales autant que de contextualisation de la théorie (Welch *et al.*, 2010).

En vue de cette lacune et de notre positionnement épistémologique, nous nous appuierons sur Stake (1998) pour développer notre stratégie de recherche. Selon cette approche, l'étude de cas permet une description contextuelle riche et la compréhension de l'expérience humaine (Welch *et al.*, 2010). Cela est particulièrement adapté à notre sujet, puisque que nombreuses critiques énumérées dans la revue de littérature soulignent que le fonctionnement des certifications sont des phénomènes très dépendant et sensible au contexte. Cependant, cette approche met moins d'emphase sur les explications causales. Pour rappel, nous cherchons en premier lieu à comprendre les mécanismes des certifications et la manière dont ils peuvent transformer de manière plus équitable une chaîne de valeur. Notre phénomène d'étude ne requiert ainsi pas la compréhension de relation cause-effet. Notre stratégie de recherche pour cette étude est donc une étude de cas multiple. En effet, nos cas ont été choisis afin de supporter notre sujet à l'étude et ainsi faciliter la compréhension de ce phénomène. C'est un type d'étude de cas instrumentale étendu à plusieurs cas. Nous choisissons ainsi nos cas pour des raisons bien précises (Stake, 1998). Pour cela, nous avons préétabli des critères de sélection afin de choisir au mieux nos cas.

3.1.2. Critères de sélection

Le contexte de nos cas est l'industrie du chocolat, laquelle nous étudierons de près afin de desceller son contexte, ses activités et ses dynamiques. Le choix de nos cas s'est porté vers cette industrie pour deux raisons principales. La première raison est que

d'autres chaînes de valeur agroalimentaires homologues au cacao sont souvent étudiées, notamment le café (Giuliani *et al.*, 2017; Grabs et Ponte, 2019; Jaffee, 2012; Kolk, 2005; Koremenos, 2002; Reinecke, Manning et von Hagen, 2012; Turcotte, Reinecke et den Hond, 2014; Utting, 2009; Valkila, Haaparanta et Niemi, 2010). Dans un second temps, les problèmes sociaux dans cette chaîne de valeur notamment au niveau des petits producteurs de cacao sont frappants (Ryan, 2011). Nous aborderons ce sujet au prochain chapitre, mais l'industrie du chocolat s'avère être un contexte très pertinent et riche en éléments informatifs par rapport à notre phénomène de recherche. Cette industrie nous offre ainsi un cadre propice au développement de notre recherche.

Nos cas sont des certifications opérant à travers la chaîne de valeur de cette industrie. Nous avons prédéterminé des critères de sélection afin de choisir les unités d'analyse qui nous apporteront le plus d'informations pertinentes (Stake, 1998). D'abord, afin de peaufiner notre recherche, nous gardons seulement les certifications axées sur les aspects sociaux ou socio-environnementaux et non seulement environnementaux. En effet, notre recherche investigue la notion d'équité. Il est alors primordial de considérer cette dimension dans nos critères de sélection. Puis, nous avons sélectionné des certifications créées et détenues par un tiers, notamment par des ONG, afin de remplir les objectifs de cette recherche. Ces certifications doivent opérer à l'échelle internationale, posséder un sceau distinctif et reconnu, être actives à l'heure actuelle dans l'industrie du chocolat et agir en Afrique de l'Ouest, région principale de notre étude. Enfin, les certifications retenues doivent être membre de l'organisation ISEAL Alliance[2], afin de s'assurer de la crédibilité de ces derniers. Ainsi, nous avons parcouru un bon nombre d'initiatives de l'industrie du chocolat pour trouver nos cas selon les critères énumérés. La figure 7 illustre nos recherches et où nous nous situons par rapport aux autres initiatives présentes dans l'industrie. À la suite de nos recherches, nous retenons

[2] ISEAL Alliance est une organisation internationale regroupant divers organisations membres rassemblant leurs efforts pour résoudre les problèmes de durabilité les plus urgents et à créer un monde où les marchés sont une force pour le bien (https://www.isealalliance.org).

ainsi deux cas, soit Fairtrade International et Rainforest Alliance (UTZ ayant fusionné avec Rainforest Alliance), qui seront présentés en détail dans le chapitre 4.

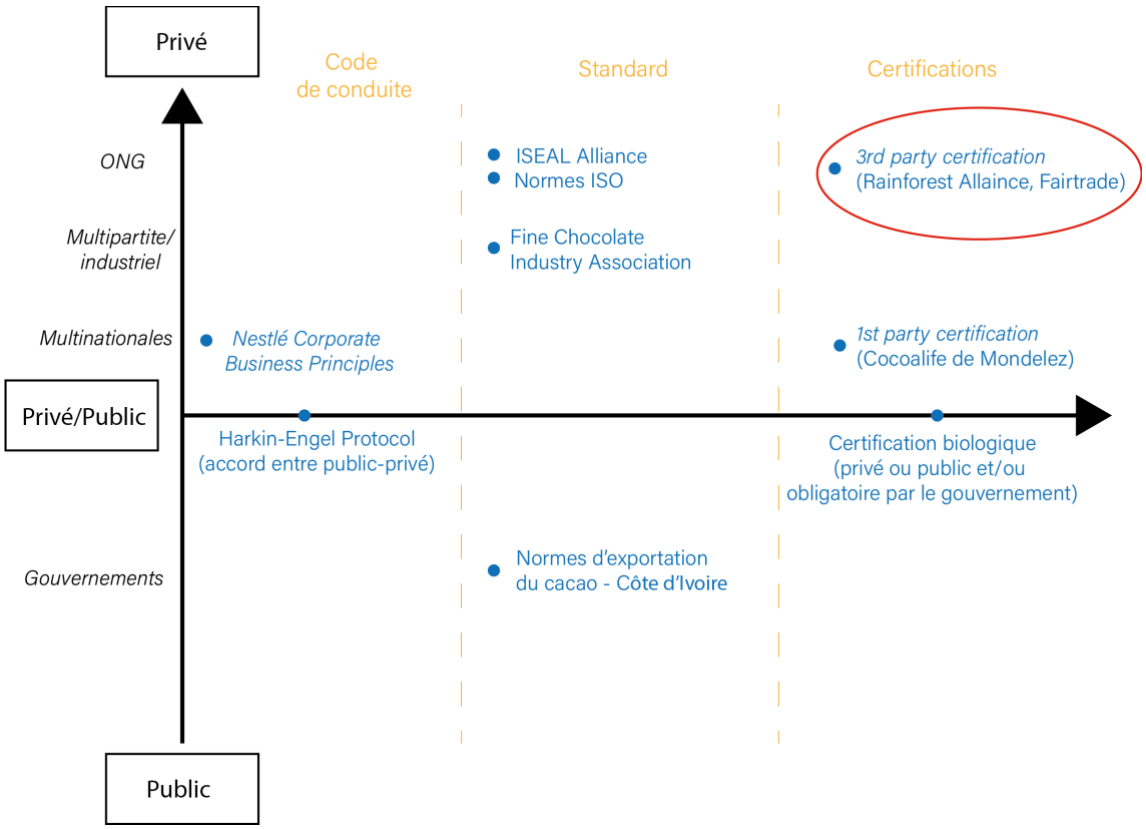


Figure 7 – Les différentes initiatives dans l'industrie du chocolat
Source : créée par l'auteure

3.2. Méthode de collecte de données

Afin de gagner en crédibilité quant aux descriptions et interprétations intrinsèques à notre cas, nous utilisons la triangulation des méthodes de collecte de données. La triangulation est un processus qui permet de rassembler de multiples perceptions pour clarifier le sens et vérifier la répétabilité d'une observation ou d'une interprétation (Stake, 1998). En conséquence, nous avons utilisé différentes techniques de collecte de données. Par ailleurs, dus à la pandémie du COVID-19, nous avons été dans l'obligation de revoir

nos méthodes de collecte de données initialement prévues. En effet, la recherche terrain n'étant plus réalisable, nous avons adapté notre collecte avec des outils à notre disposition.

3.2.1. Entrevue

Technique

En premier lieu, nous utilisons la méthode de collecte de données par entrevue. Cette méthode consiste à interroger une personne afin de saisir sa perspective (Patton, 2002). Glesne (1999) conceptualise l'entrevue sous la métaphore d'un processus pour faire voler les mots, le chercheur ayant pour mission de lancer les bonnes questions afin d'attraper ces mots en cours d'échange pour les transformer en données. Pour notre recherche, nous avons opté pour des entrevues sous forme de guide d'entrevue général (Patton, 2002). Ce type d'entrevue a pour caractéristiques de lister les questions et sujets qui sont à explorer pendant l'entrevue. L'avantage des entrevues sous forme de guide général est qu'il incarne un juste milieu entre les deux autres types d'entrevues et nous offre une combinaison optimale pour notre recherche actuelle. C'est-à-dire, d'un côté nous retrouvons la flexibilité des conversations, soit d'aborder de nouvelles thématiques, de construire une conversation sur un sujet en particulier et de poser des questions émergentes spontanément (caractéristique des conversations informelles)(Patton, 2002). De l'autre côté, ce type d'entrevue nous permet d'obtenir une certaine consistance entre nos différentes réponses, ce qui nous est fort utile dans l'analyse des données pour pouvoir les comparer et tirer des conclusions (Patton, 2002). D'ailleurs, les conclusions tirées des entrevues sont une limite reconnue des conversations informelles et des guides d'entrevue. En effet, il est parfois questionné la manière dont les conclusions ont été influencées par des différences qualitatives dans la profondeur et l'étendue des informations reçues de différentes personnes (Patton, 2002). C'est pourquoi il est nécessaire, notamment pour notre recherche, de construire un guide d'entrevue élaboré.

En somme, l'entrevue par guide d'entrevue général (semi-structuré) nous permet d'optimiser les données récoltées dans la limite de temps de nos entrevues et d'obtenir des entrevues plus systématiques et compréhensives en délimitant auparavant les sujets à explorer (Patton, 2002). De plus, ce type d'entrevue est adapté aux limites de temps de notre recherche et à nos capacités personnelles en tant que chercheur. En effet, de nombreux auteurs soulignent le fait que les qualités du chercheur pour récolter les bonnes informations sont essentielles à la collecte de données par entrevue (Glesne, 1999; Patton, 2002). Ainsi, moins l'entrevue est élaborée au préalable, plus elle requiert un savoir-faire et une maîtrise élevée, caractéristique de chercheurs plus expérimentés.

Pour rappel, les qualités d'un bon interrogateur sont l'anticipation (la préparation et prévision à diverses situations), la capacité d'apprentissage (laisser de côté ses suppositions), la capacité analytique (à déceler des liens, des relations et des sens), à être non directif (à laisser place pour les opinions et expériences des répondants), à sonder patiemment (à aller au bout du sujet), à créer une atmosphère de confiance (non menaçante), la capacité à diminuer les différences de pouvoir et de hiérarchie entre l'interrogateur et le répondant ainsi qu'à adresser sa reconnaissance et sa gratitude (Glesne, 1999). En conséquence, Patton (2002) précise que la qualité des informations obtenues pendant une entrevue dépend largement de la personne qui conduit l'entrevue.

Sélection (« sampling »)

Afin d'étudier nos cas de la manière la plus judicieuse, nous avons procédé à la sélection de nos participants pour nos entrevues. En effet, en recherche qualitative, la sélection de ces derniers à tendance à être plus stratégique et déterminée, car nous nous concentrons sur le contexte unique de nos cas (Miles, Huberman et Saldaña, 2014). Cette sélection est une technique couramment nommée *sampling* en recherche, qui consiste à prendre des décisions à propos des personnes à observer et/ou à *interviewer,* ainsi qu'à propos du cadre, des évènements et des processus sociaux à étudier (Miles, Huberman

et Saldaña, 2014). Par ailleurs, nous gardons à l'esprit que nous cherchons à récolter les différentes perceptions de toutes les parties prenantes concernées par notre phénomène d'étude, afin d'obtenir une vision complète et véridique (Creswell, 2013). De plus, le but de la recherche est de se reposer le plus possible sur les points de vue des participants de la situation étudiée (Creswell, 2013).

Dans notre cas, cela inclut un large éventail d'acteurs. En effet, afin d'obtenir une vision complète, nous devons étudier tous les acteurs affectés par les certifications dans la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat, c'est-à-dire les acteurs de chaque segment de la chaîne, allant des producteurs aux commerces de détail. Aussi, nous devons prendre en compte la vision des acteurs qui construisent ces schémas de régulations privées. Par l'implication de divers acteurs, nous participons également à la triangulation de nos sources de données. Nous pouvons ainsi comparer les points de vue et expériences de nos répondants et obtenir un riche aperçu des comportements, des attitudes et des réalités (Shenton, 2004). Le tableau 7 liste nos répondants et leurs caractéristiques.

Tableau 7 - Liste et caractéristiques de nos répondants

Titre	Date	Durée de l'entrevue	Appellation identificatoire
Gestionnaire de projet à Fairtrade International, Allemagne	06/11/20	39 min	V1, expert[3] Fairtrade, novembre 2020
Global director, advocacy and themes à Rainforest Alliance, Pays-Bas	12/11/2020	40 min	V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020
Rainforest Alliance, Côte d'Ivoire	12/11/2020	-	V3, expert Rainforest Alliance, novembre 2020
Analyste des politiques en durabilité chez IISD, Canada	16/11/2020	50 min	V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020
Compagnie de chocolat mondiale, Suisse	18/11/2020	55 min	V5, représentant d'une compagnie mondiale de chocolat, novembre 2020
Représentant de l'entreprise de transformation et fabrication artisanale de chocolat SOTRACAO, Cameroun	23/11/2020	37 min	V6, représentant d'une entreprise de transformation et fabrication artisanale de chocolat SOTRACAO, novembre 2020

[3] Le masculin est utilisé pour tous les intervenants afin de respecter l'anonymat.

Coopérative de cacao certifiée UTZ (Rainforest Alliance), Côte d'Ivoire	25/11/2020	47 min	V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020
Représentant de la société coopérative des producteurs de cacao de Mbangassina Sud, Cameroun	25/11/2020	36 min	V8, représentant d'une coopérative de cacao certifiée RA au Cameroun, novembre 2020
Dirigeant d'une production de cacao à Madagascar et ancien président de l'ICCO, France	03/12/2020	1h38	V9, expert en cacao, décembre 2020
Directeur de la société coopérative agricole de la ville d'ISSIA, Côte d'Ivoire	08/12/2020	1h	V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020
Adviser, Sustainable Cocoa, Sustainable Commodities, Chocolate, Chair, Speaker, Moderator, Pays-Bas	13/01/2021	51 min	V11, expert en cacao durable, janvier 2021

Source : créé par l'auteure

En conclusion, nous avons utilisé l'entrevue comme méthode de collecte de données principale. En effet, cette technique permet de recueillir les informations que seuls les répondants connaissent (Glesne, 1999). Pour cela, nous avons ainsi bâti un guide général d'entrevue qui a servi de référence pour nos entrevues (voir l'annexe 1). Puis, nous avons donc sélectionné nos répondants par leur position dans la chaîne de valeur (quel secteur), leur poste (quel rôle) et leur implication dans les certifications. Dus à la diversité de nos répondants, nous avons adapté notre guide d'entrevue au préalable pour être en mesure de récolter les données nécessaires à notre question de recherche (voir l'annexe 2 pour un modèle adapté). En effet, nous ne pouvions pas poser les questions sous le même angle dû aux caractéristiques très différentes de nos répondants. Il est également nécessaire de préciser que nous avons majoritairement recruté nos participants via LinkedIn, ce qui nous a permis d'avoir un riche aperçu de l'expérience de nos répondants et d'évaluer leur pertinence dans notre recherche. Quelques répondants ont été recommandés et les coopératives de cacao ont principalement été trouvées dans le répertoire des sociétés coopératives du ministère de l'Agriculture et du Développement rural de Côte d'Ivoire. Néanmoins, il est nécessaire de préciser qu'il a été difficile de rentrer en contact avec les coopératives, le seul moyen de communication étant par téléphone. Nous avons alors cherché les coopératives que l'on pouvait

contacter par l'application WhatsApp. Cela a encore été plus difficile de prendre contact avec les agriculteurs mêmes, ce que nous n'avons pas réussi à faire malgré les démarches entreprises auprès de nos répondants des coopératives.

3.2.2. Observations : conférences et webinaires

À défaut de pouvoir réaliser des observations sur notre terrain de recherche dû à la pandémie de la COVID-19, nous avons saisi les nouvelles opportunités émergentes de collecte de données qui s'offraient à nous en ce qui concerne notre phénomène de recherche. En effet, de nombreux webinaires scientifiques et de conférences de divers acteurs dans l'industrie du chocolat ont été donné en rapport avec la durabilité, l'équité, l'amélioration des conditions de travail et de vie des producteurs de cacao ainsi que les mécanismes des certifications dans ce milieu pour résoudre les problématiques existantes. Ainsi, comme le dépeint le tableau 8, nous avons donc pu assister à ces événements en ligne qui nous ont permis, d'une part, récolter de plus amples informations sur notre phénomène de recherche, mais aussi évaluer les dynamiques, les comportements et les discours des acteurs de l'industrie du chocolat. Ces événements virtuels ont aussi servi d'outil de recrutement pour nos entrevues. En effet, les potentiels participants ont été contactés directement par courriel ou LinkedIn après les conférences. Ces prises de contact ont mené parfois à des entrevues et parfois à des recommandations.

Afin de réaliser nos observations, nous avons au préalable construit un protocole d'observation afin de récolter nos données de la manière la plus optimale. Pour cela, nous avons suivi le protocole d'observation suggéré par Creswell (2013), en classifiant nos remarques selon des notes descriptives et réflexives. Au total, nous comptabilisons environ 11h de conférence et webinaires en ligne. Le tableau 8 liste les conférences et webinaires assistés.

Tableau 8 - Liste et caractéristiques des conférences et webinaires assistés

Titre	Date	Organisme	Durée
Webinaire scientifique			
"What do we know about the impacts of market-based sustainability tools on farmers livelihoods"	01/10/2020	The Living income Community of Practice[4] et Evidensia[5]	59 min
"Voluntary sustainability standards, public procurement and trade policy"	05/10/2020	Evidensia** et UNFSS****	94 min
"Démystifier le concept du revenu vital: de quoi il s'agit et comment il peut promouvoir votre travail ? »	07/10/2020	The Living income Community of Practice *	85 min
"Living income and standards systems: implementing living income requirements in standard systems"	22/10/2020	The Living income Community of Practice*	59 min
Conférence annuelle Chocoa 2021 : Chocolate makers' conference (CMF) et Amsterdam sustainable cocoa conference (ASCC)[6]			
A promising future for organic?	24/02/2021	Chocoa 2021	60 min
Agroforestry: the transformative power of cocoa	24/02/2021	Chocoa 2021	60 min
Craft chocolate sustainablility impacts	24/02/2021	Chocoa 2021	60 min

[4] The living Income Community of Practice (www.living-income.com) est une alliance de partenaires qui se consacrent à la vision de communautés rurales prospères et économiquement stables, liées aux chaînes d'approvisionnement alimentaire et agricole mondiale. Ils visent à soutenir les activités pour que les producteurs atteignent un salaire et un niveau de vie décent.
[5] Evidensia (www.evidensia.eco) est une plateforme partageant les connaissances et les impacts durables des approches basées sur le marché. Ils promeuvent les recherches scientifiques conduites sur ces initiatives afin d'apporter des preuves crédibles. Fondé par ISEAL Alliance, RA et WWF.
[6] Chocoa (www.chocoa.nl) est un évènement annuel tenu à Amsterdam pour discuter des enjeux de la durabilité du secteur du cacao. Ils regroupent divers acteurs de la chaîne de valeur du chocolat afin d'apporter des solutions. Dû à la pandémie, la conférence annuelle de 2021 a été entièrement donnée en ligne.

Data is king : digitization & supply chain transparency	24/02/2021	Chocoa 2021	60 min
Private label sustainability trends	25/02/2021	Chocoa 2021	60 min
Re-thinking diversification	25/02/2021	Chocoa 2021	60 min

Source : créé par l'auteure

3.2.3. Documents

En dernière technique de collecte de données, nous avons parcouru divers documents afin de compléter la récolte de nos données. Cela inclut les documents officiels de nos deux unités d'analyse, des rapports de suivi, des rapports annuels d'entreprises, les sites web officiels d'acteurs de l'industrie du chocolat, etc. Le tableau 9 explicite les documents analysés selon l'acteur concerné et la période couverte (voir l'annexe 3 pour une version détaillée des documents analysés). Ces documents ont notamment permis de compléter les informations recueillies sur le terrain, les relations « officielles » entre les différents acteurs de la chaîne et l'évolution des certifications au cours du temps. Ainsi, nous estimons avoir consulté environ 880 pages pertinentes à notre recherche.

Tableau 9 - Listes et type de documents analysés (version simplifiée)

Catégorie	Nombre	Type de document	Période couverte[7]
Fairtrade	56	- Rapports annuels - Rapports de suivi - Recherches et guides - Recherche et évaluation externe - Pages web officielles	2003-2020
Rainforest Alliance	51	- Rapports annuels - Rapports de suivi - Recherches et guides	2008-2020

[7] La période couverte ne signifie pas que toutes les années étaient disponible pour l'analyse. Ainsi, nous nous sommes référés à la première et la dernière année disponible pour établir la période couverte.

		- Recherche et évaluation externe - Pages web officielles	
Transformateurs de cacao (Barry Callebaut, OLAM et Cargill)	25	- Rapports annuels	2005-2020
Entreprises de chocolat (Mars, Hershey, Mondelez et Ferrero)	27	- Rapports annuels - Rapports sur les droits de l'Homme - Pages web officielles	2008-2020
Commerce de détail (Carrefour, Sobeys et Métro)	5	- Rapports annuels - Pages web officielles	2019-2020
TOTAL	164		

Source : créé par l'auteure

3.3. Analyse des données

Afin de procéder à l'analyse des données, nous avons dans un premier temps investigué le contexte de la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat. Après la sélection de nos cas, nous avons réalisé une description détaillée de chaque certification pour mieux comprendre leur fonctionnement et leurs caractéristiques respectives et communes. Par la suite, nous avons procédé au codage thématique de nos données basé sur notre cadre analytique afin de dégager les mécanismes utilisés par les certifications pour faciliter ou contraindre l'obtention de plus d'équité dans la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat.

Le processus de codage consiste à attribuer une signification symbolique par une étiquette à un morceau d'information (Miles, Huberman et Saldaña, 2014). Ainsi, le codage représente le « lien critique » entre la collecte de données et l'explication de leur signification. En analyse de données qualitatives, un code est une construction générée par le chercheur qui symbolise et attribue ainsi une signification interprétée à chaque donnée individuelle à des fins ultérieures de détection de modèles, de catégorisations, de construction de théories et d'autres processus analytiques (Miles, Huberman et Saldaña, 2014). Ainsi, nous utilisons dans cette recherche le codage thématique.

Afin de réaliser notre codage, nous avons suivi la technique élaborée par Saldaña cité dans Miles, Huberman et Saldaña (2014). Nous avons donc procédé à deux cycles de codage. Le premier cycle de codage consiste à relier des segments de données à un code. Pour cela, nous avons au préalable développé une liste de codes préliminaires, autrement dit des codes déductifs, provenant de notre cadre conceptuel et revue de littérature. D'autres codes ont émergé durant notre analyse. Ces codes inductifs sont plus ancrés empiriquement (Miles, Huberman et Saldaña, 2014). Par ailleurs, Welch *et al.* (2010) précisent que même si les codes sont sélectionnés en avance, ils ne restent pas fixes durant l'analyse. Au contraire, ils sont raffinés par des itérations successives entre les données et la théorie. Lors du second cycle de codage, nous avons procédé au *pattern coding*, autrement dit au développement de *pattern* entre les différents codes créés. Ce processus nous permet de raffiner notre codage en un plus petit nombre de catégories, thèmes ou constructions (Miles, Huberman et Saldaña, 2014). Ces *patterns codes* sont des unités d'analyse plus significative permettant de créer des schémas plus intégrés et évolués (voir l'annexe 4 pour un aperçu de notre arbre de code).

3.4. Critères de qualité

Un enjeu majeur lors d'une recherche notamment qualitative est la crédibilité des résultats. Souvent, nous pouvons nous interroger sur la validité de ces derniers. Saunders (2009) précise alors que l'on peut seulement réduire la possibilité d'obtenir une réponse fausse. Il existe plusieurs critères de qualité pour réduire les risques sous-jacents notre processus de recherche. Néanmoins, il n'existe aucun critère universel, générique, standardisé et englobant pour juger de la qualité d'une recherche qualitative, car les études qualitatives ne sont ni monolithiques, uniformes ou standardisées (Patton, 2015). De plus, ces critères de qualité peuvent varier selon la position épistémologique du chercheur (Patton, 2015). En conséquence, nous nous appuyons sur les 4 critères de qualité construit par Guba (1985) et cité par Shenton (2004) afin de nous assurer de la validité de notre étude qualitative.

3.4.1. Crédibilité

Le critère de crédibilité est l'un des plus importants afin de s'assurer de la fiabilité d'une recherche (Lincoln et Guba, 1985 cités dans Shenton (2004)). Il fait référence au fait de s'assurer que les résultats de la recherche correspondent à la réalité, entre autres, que le chercheur a rapporté avec précision le phénomène étudié (Shenton, 2004). Shenton (2004) rapporte plusieurs techniques afin de garantir la crédibilité de notre travail.

En premier lieu, nous avons adopté des méthodes de recherche bien établies et adaptées à notre sujet d'étude, et qui ont déjà fait leurs preuves dans de nombreuses recherches de même type, c'est-à-dire l'étude de cas. De plus, nous avons sélectionné deux unités d'analyse pour obtenir plusieurs angles de notre sujet et nous nous sommes assurés de récolter les diverses perspectives des acteurs qui composent une chaîne de valeur, allant du producteur au commerçant. Dans ce sens, nous avons mobilisé plusieurs méthodes de collecte de données. Dans notre processus de collecte de données, nous avons explicitement demandé le consentement à nos répondants et laisser place pour tout point de vue d'émerger par des questions neutres et un ton libre. Nous avons également souligné de manière itérative les points émergents explicités par les répondants afin de corroborer leur propos, en demandant des exemples, confirmation ou réfutation. Par ailleurs, nous nous attelons à décrire adéquatement et en détail notre cas, la manière dont nous avons collecté nos données et les caractéristiques des données récoltées (en particulier, les personnes interviewées et leur environnement). Enfin, nous avons analysé les recherches déjà effectuées dans les domaines similaires qui cherchent à résoudre des problèmes comparables afin de contextualiser nos résultats et relier nos données au leur pour vérifier la conformité de ces derniers.

3.4.2. Transférabilité

La transférabilité d'une recherche réfère à la mesure dans laquelle les résultats d'une étude peuvent être appliqués à d'autres situations (Shenton, 2004). Considérant que les recherches qualitatives étudient en général de petits groupes d'individus ou d'environnements, il s'avère difficile de déterminer la transférabilité de notre recherche. Cependant, certains auteurs suggèrent que bien que le cas soit unique, il constitue un exemple au sein d'un groupe plus large et qu'il ne faut pas rejeter la transférabilité d'une étude. Il en revient également à la charge du lecteur de percevoir cette transférabilité. Ainsi, le chercheur doit fournir suffisamment d'informations contextuelles et une description approfondie du cas (Shenton, 2004).

Dans notre recherche, nous pouvons souligner que notre industrie à l'étude s'apparente à d'autres chaînes de valeur agroalimentaire du même type, notamment le café ou encore le thé. En effet, ces industries agroalimentaires partagent des enjeux similaires et notre phénomène à l'étude, les certifications, est également présent. D'ailleurs, nos deux unités d'analyse ont un champ d'action beaucoup plus large que celui que l'on étudie, puisqu'elles agissent dans toutes ces industries pour tenter de les réguler. Il ne faut cependant pas négliger les différences des caractéristiques de ces chaînes. Également, nous avons principalement récolté nos données de l'industrie du chocolat se situant en Afrique de l'Ouest et en Europe (majoritairement, mais non exclusivement). Ainsi, il est possible de croire que nos résultats seraient applicables à d'autres régions productrices de cacao (ex. : Amérique latine) et de chocolat (ex. : Amérique du Nord). Néanmoins, certains résultats pourraient varier, car les contextes institutionnels sont très différents d'un pays à un autre, même si les enjeux, et les outils mobilisés pour les résoudre restent les mêmes.

3.4.3. Fiabilité

En troisième lieu, la fiabilité d'une recherche se mesure par le fait que si l'étude était répétée dans le même contexte, avec les mêmes méthodes et les mêmes participants, des résultats similaires seraient obtenus. Cependant, cela engendre certains questionnements, en vue du fait que les phénomènes étudiés sont de nature changeante (Shenton, 2004). Il en va de même avec notre étude, où notre cas et nos unités d'analyse sont en changement permanent. Néanmoins, il est tout à fait possible de reproduire cette étude, sans attendre forcément l'obtention des mêmes résultats. Pour cela, nous avons décrit avec précision chaque étape de notre recherche, du design à l'implémentation, en passant par la description détaillée de notre collecte de données. Notre protocole de recherche est ainsi à disposition.

3.4.4. Confirmabilité

Ce critère de qualité permet notamment de s'assurer que les résultats sont le produit des expériences et des idées des répondants, plutôt que les préférences du chercheur (Shenton, 2004). Nous avons, pour cela, mobilisé la triangulation des méthodes de collecte de données pour nous assurer de dépeindre une vision plus « juste » et moins biaisée. Nous faisons aussi usage régulièrement de citation pour appuyer nos propos. Également, nous nous assurons tout au long de notre recherche de justifier nos choix et d'admettre les limites de notre travail.

3.5. Éthique en recherche

Toute recherche soulève des questionnements éthiques qu'il est nécessaire de prendre en compte et de résoudre avant la recherche, notamment au niveau de la collecte des données (Saunders, 2009). Le design de recherche ne devrait pas soumettre les personnes que l'on étudie à de l'embarras, des blessures ou autres désavantages matériels. C'est pourquoi le design de cette recherche a préalablement été soumis au

Comité d'éthique de la recherche de HEC Montréal pour approbation, afin de répondre à des critères d'éthiques précis. Ainsi, toute personne interviewée a signé un formulaire de consentement explicitant l'objectif clair de la recherche et l'utilisation des données à des fins de recherche.

CHAPITRE 4 – L'INDUSTRIE DU CHOCOLAT ET SES CERTIFICATIONS

Afin d'étudier notre problématique, nous nous appuierons sur l'industrie du chocolat pour développer notre recherche. En effet, cette industrie s'avère être particulièrement intéressante pour comprendre comment les certifications fonctionnement pour rendre une chaîne de valeur mondiale plus équitable. D'un côté, cette industrie est peuplée de régulations privées et notamment de certifications. De l'autre côté, cette industrie est pertinente puisqu'elle souffre, comme d'autres chaînes de valeur agroalimentaire, de disparités socio-environnementales assez importantes. Il est vrai que cette industrie n'a pas manqué d'être dénoncée par les grandes ONG et les médias. En effet, le secteur du cacao, particulièrement, souffre de disparité de revenus, qui empêchent les petits producteurs de cacao de sortir de la pauvreté systémique (Voora, Bermùdez et Larrea, 2019). Le travail des enfants est aussi très courant dans ce secteur. Les injustices sociales sont donc très présentes (Richards, Zellweger et Gond, 2017).

Ce chapitre a pour but de répondre aux points soulevés dans la revue de littérature en ce qui concerne la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat. Nous parcourrons alors les nœuds et segments de cette chaîne, les contextes dans lesquels ils opèrent et nous nous arrêterons sur les disparités de pouvoir, de revenus, de valeur ajoutée, etc. que nous pouvons identifier. Ainsi, nous dressons en premier lieu un portrait de l'industrie, en soulevant les données de cette dernière. Nous exposons le fonctionnement et les attributs de chaque secteur composant la chaîne, révélant ainsi les sources de certains problèmes. Dans un second temps, nous présentons les deux cas sélectionnés, soit les certifications Fairtrade et Rainforest Alliance (RA) afin de dépeindre leur fonctionnement et les stratégies qu'elles élaborent.

4.1. Portait de l'industrie

Le chocolat est un produit vastement consommé à travers le monde, notamment dans les pays développés. Le marché européen et américain sont les plus gros consommateurs de chocolat (Fountain et Huetz-Adams, 2020). La consommation mondiale de chocolat s'élevait à 7.25 millions de tonnes métriques en 2014 (Gallo, Antolin-Lopez et Montiel, 2018). Aujourd'hui, la taille du marché mondial des confiseries au chocolat s'élève à 205.47 milliards (en USD) (Statista, 2021c). Les statistiques prévisionnelles démontrent que l'industrie est en pleine croissance depuis 2012 et au moins jusqu'en 2025, bien qu'une légère baisse soit apparue entre l'année 2020 et 2021 (Statista, 2021c), probablement due à la baisse de la consommation générale liée à la COVID-19 (Fountain et Huetz-Adams, 2020). Il est estimé que l'industrie continuera de croître dans les 4 prochaines années, pour atteindre une taille de 223.63 milliards de dollars en 2025, soit 15 milliards supplémentaires (Statista, 2021c).

L'industrie du chocolat est composée de plusieurs segments (voir l'annexe 5 pour le schéma de la chaîne de valeur). À la base de la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat, on retrouve les agriculteurs, qui produisent l'élément essentiel du chocolat : le cacao. À l'autre extrémité de la chaîne : les consommateurs (Fountain et Huetz-Adams, 2018). Entre-deux, une multitude d'acteurs agissent pour vendre le cacao, le transformer et en faire un produit à valeur ajoutée. Ainsi, après la production de cacao, on retrouve l'exportation des fèves et les entreprises de transformations du cacao, qui se chargent de transformer les fèves en liquide, poudre ou beurre. Par la suite, le cacao transformé est envoyé aux fabricants de chocolat, qui se servent des produits transformés pour créer un produit à valeur ajoutée (Fold, 2002). Ci-dessous, nous parcourons chaque secteur a fin de révéler les origines des disparités de pouvoir et de valeur ajoutée.

4.1.1. Le secteur du cacao

Le secteur du cacao se situe majoritairement dans des pays en développement (Voora, Bermùdez et Larrea, 2019). En effet, les plantations de cacao se situent dans des zones tropicales et humides (Gallo, Antolin-Lopez et Montiel, 2018). L'Afrique domine aujourd'hui la production mondiale de cacao avec 76,1% (Statista, 2021d). Plus particulièrement, l'Afrique de l'Ouest est de loin la première région productrice de cacao, représentant environ 70% de la production mondiale avec 40% provenant de la Côte d'Ivoire, 15% pour le Ghana et 5% pour le Cameroun et le Nigéria (Hebbar, 2007). Cette région s'est distinguée au fil des décennies par la qualité de leur cacao, notamment dû à leur technique de séchage (Fold, 2002). Cependant, aujourd'hui, 90% des forêts d'Afrique de l'Ouest ont disparu au profit de plantation de cacao (Fountain et Huetz-Adams, 2018). Le reste de la production mondiale provient d'Asie du Sud et d'Amérique latine et centrale (Hebbar, 2007). Ainsi, mondialement, le secteur du cacao fournit des revenus pour 40 à 50 millions de personnes en 2012, dont 5 millions d'agriculteurs (Voora, Bermùdez et Larrea, 2019). Le volume de cacao produit mondialement est en constante augmentation et s'élève ainsi à 4.8 millions de tonnes pour l'année 2020-2021 (Statista, 2021e). Pourtant, la situation précaire des agriculteurs menace la pérennité de l'industrie et de la production mondiale.

Le cacao est produit à partir de l'arbre cacaoyer Theobroma (Statista, 2021j). La récolte de cacao débute en octobre, où deux millions d'agriculteurs approximativement vont récolter les cabosses de cacao, les ouvrir, récupérer les fèves et les laisser sécher au soleil (Ryan, 2019). La production de cacao se fait en général dans des petites fermes de moins de 2 hectares (Fold, 2001). L'agriculture cacaoyère est depuis toujours faite à la main, sans aucune mécanisation (Voora, Bermùdez et Larrea, 2019). Il y a ainsi un grand manque de techniques agricoles modernes (Ryan, 2019). En effet, la majorité des régions productrices de cacao n'ont pas les deux piliers de l'agriculture moderne, soit un service de financement rapide et disponible et des alternatives agricoles qui peuvent résister aux maladies (Hebbar, 2007). Les récoltes de chaque agriculteur sont donc très petites.

L'agricultrice Yaa Asantewaa, au Ghana, récolte par exemple 4 sacs de fèves de cacao à l'année (Pilling, 2019). En plus de cela, beaucoup de producteurs sont des métayers : ils ne touchent qu'un tiers des revenus de la récolte (Ryan, 2019). La majorité des agriculteurs manquent également d'eau courante, d'électricité et vivent dans de petites maisons de terre (Ryan, 2011). La situation des agriculteurs est donc très précaire : la moyenne des revenus des producteurs est actuellement à 0,78$ USD par jour (Fountain et Huetz-Adams, 2018).

Outre la situation précaire dans laquelle les agriculteurs vivent, le revenu des agriculteurs dépend majoritairement du prix du marché mondial du cacao. Ce dernier fluctue beaucoup d'année en année, mettant une pression supplémentaire sur les producteurs. Lorsque le prix chute, les agriculteurs voient une baisse de leur revenu et perdent l'incitatif économique de bien s'occuper de leur plantation. Les arbres de cacao sont donc en moins bonne santé (maladies, etc.) et la production décline (Fold, 2001). Par ailleurs, les agriculteurs ne peuvent changer leur production pour une autre denrée, car les arbres de cacao prennent beaucoup d'années à pousser et les agriculteurs n'ont pas accès à un financement, crédit ou une protection sociale (Fountain et Huetz-Adams, 2018). Cependant, lorsque le prix du marché augmente, les producteurs commencent à produire plus. Avec de bonnes conditions météorologiques et l'aide des programmes de durabilité, la productivité des plantations augmente rapidement (Fountain et Huetz-Adams, 2018). Par exemple, la Côte d'Ivoire a produit 40% plus de cacao en 2016-2017 que 3 ans auparavant. L'offre excédentaire fait alors chuter de nouveau les prix du cacao sur le marché mondial, puisque l'offre devient supérieure à la demande. L'effondrement des prix est directement lié à l'augmentation de la production ces dernières années (Fountain et Huetz-Adams, 2018).

Les producteurs sont donc constamment menacés par la volatilité des prix. En général, les pays producteurs de cacao capturent environ 12 à 13% de la chaîne de valeur mondiale de plus de 100 milliards de dollars (Terazono, 2019). Le Ghana et la Côte d'Ivoire combinés gagnent un peu moins de 6 milliards de la vente de leur cacao (Pilling, 2019).

De ce revenu, les gouvernements d'Afrique de l'Ouest, notamment le Ghana et la Côte d'Ivoire en récupèrent la majeure partie (Ryan, 2011). En effet, les gouvernements taxent excessivement la vente de cacao, car c'est leur principale source de devises étrangères. Ils se chargent donc de décider du prix qu'ils payent aux producteurs de cacao, et ces derniers n'ont aucun moyen d'influence. Également, les gouvernements se servent abondamment dans les caisses de fond du cacao (Ryan, 2011). Les États exercent ainsi un grand pouvoir à travers la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat.

Ce faible revenu empêche les producteurs de s'émanciper de la pauvreté. À cause de cela, les agriculteurs reposent souvent sur leur famille plutôt que du travail salarié (Hebbar, 2007). Parfois, le travail des enfants est la seule option des agriculteurs (Aglionby et Atkins, 2018). Le travail des enfants est par conséquent très élevé dans le secteur du cacao, avec une estimation de 2.1 millions d'enfants travaillant dans les plantations seulement en Côte d'Ivoire et au Ghana (Fountain et Huetz-Adams, 2018). C'est une pratique commune depuis des décennies (Aglionby et Atkins, 2018). Les enfants se blessent souvent pendant leur travail dans les plantations de cacao (Aglionby et Atkins, 2018). Ils commencent à travailler dans les champs à 6-7 ans et utilisent des objets tranchants comme des machettes depuis l'âge de 8 ans. Ils n'ont pas le choix que de travailler au risque de ne pas manger. De plus, les agriculteurs se situent souvent dans des régions isolées, où il y a un manque terrible d'infrastructure de santé et éducationnel (Aglionby et Atkins, 2018). À cause de ses divers facteurs, il est difficile de surveiller le travail des enfants et d'y remédier.

Outre ces enjeux, la menace des maladies et des insectes est un réel problème dans l'industrie du chocolat. En effet, chaque année, environ 30 à 40% de la production mondiale de cacao est perdue à cause des maladies (Ryan, 2011). L'Amérique du Sud a déjà été ravagée par ces maladies, notamment le Brésil qui a perdu 75% de sa production en 10 ans (Hebbar, 2007). Si cela arrive en Afrique de l'Ouest, l'offre de cacao n'existera plus (Ryan, 2011).

4.1.2. De l'exportation à la transformation

Le cacao est vendu dans des centres d'achats (Ryan, 2019). Les fèves ne sont jamais achetées directement aux producteurs, mais par des entreprises commerciales locales (Fold, 2002). Au Ghana ou en Côte d'Ivoire, les compagnies internationales comme Mars ou Cadbury ne sont pas autorisées à acheter les fèves directement aux producteurs (Ryan, 2011). En général, dans les grands centres, les agriculteurs ont le choix entre une vingtaine d'acheteurs. Même dans les régions plus isolées, il y a au moins deux acheteurs (Ryan, 2011). Les commerçants doivent acheter le cacao au prix minimum fixé par le gouvernement, mais beaucoup offre plus pour attirer les agriculteurs, car la compétition est féroce. Souvent, ils peuvent offrir des machettes, des pesticides, des prêts, etc. (Ryan, 2011).

La majorité du cacao des pays d'Afrique de l'Ouest est exportée vers l'industrie européenne du chocolat. Les agriculteurs d'Afrique de l'Ouest sont donc très dépendants de la demande de cette dernière (Fold, 2001). Mondialement, les Pays-Bas sont le plus grand importateur de fèves de cacao avec 2.5 milliards de dollars (en USD), suivi par l'Allemagne avec 1,5 milliard de dollars et les États-Unis avec 1,3 milliard de dollars (Voora, Bermùdez et Larrea, 2019). Au fil des décennies, les entreprises commerciales internationales ont considérablement réduit en nombre, passant de 50 petites à moyennes entreprises aux quelques entreprises qu'il reste. En termes de volume, il n'en reste plus qu'une d'envergure internationale (Fold, 2002). Cela résulte des changements d'économie d'échelle et de la centralisation du segment de transformation. Les plus grosses compagnies de transformations ont désormais leur propre filiale d'approvisionnement dans les régions productrices de cacao (Fold, 2002).

Dans les années 1990, le transport de masse et le stockage à plat ont réduit considérablement le coût du travail (Fold, 2002). Cette volonté de réduire les coûts dans la chaîne logistique a renforcé la position des grosses entreprises de transformations européennes. Aujourd'hui, avec ces dynamiques de concentration et de réduction des

coûts dans ces deux secteurs, les entreprises commerciales et de transformations ont réussi à garder leur grande envergure (Fountain et Huetz-Adams, 2020). Ainsi, un petit groupe d'entreprises dominent le marché et possède un grand pouvoir, notamment Barry Callebaut, Olam et Cargill (Fountain et Huetz-Adams, 2020). Ces compagnies s'occupent de broyer les fèves en beurre, poudre et liquide. Les plus grosses compagnies broient directement leur fève dans le pays d'origine (Ryan, 2011). Cela provient de la volonté des gouvernements d'essayer de garder certaines activités dans leurs pays, car le fait que la majorité de la chaîne de valeur soit en Europe signifie que la plupart de la valeur du chocolat reste là-bas (Ryan, 2011). On constate désormais que la Côte d'Ivoire est le premier pays transformateur de cacao au monde (Statista, 2021f), devançant ainsi les Pays-Bas, chef de file depuis des décennies.

4.1.3. De la fabrication aux étagères

Les fabricants de chocolat ont également pris de plus en plus d'ampleur et de pouvoir au fil du temps, rendant le marché très concentré. Les fabricants de chocolat sont des grosses compagnies du Nord, principalement européenne et américaine. Le secteur est très concentré : les 6 plus grandes compagnies de chocolat représentent environ 60% du marché mondial en 2016 (Statista, 2021g). Parmi celles-ci, on peut citer Mars (la plus grosse), Mondelez International, Nestlé, Ferrero, Hershey et Lindt. Ces compagnies ne s'occupent que de la production et du marketing de marque mondiale (Ryan, 2011). Aux États-Unis, le marché est encore plus concentré : 3 compagnies se partagent plus de 80% du marché en 2018, soit Hershey, Mars et Lindt (Statista, 2021h). La plus grosse entreprise de production de chocolat est Barry Callebaut. La compagnie a vendu environ deux millions de tonnes de chocolat à l'industrie de confiserie et de restauration (Aglionby et Atkins, 2018). La concentration des entreprises de production de chocolat est en partie due à la croissance lente du marché mondial. La seule manière de croître pour les entreprises était donc par des acquisitions et fusions des petites compagnies avec de fortes marques locales dans les marchés nationaux (Fold, 2002). Depuis, la concentration

n'a pas bougé. Les multinationales de confection de chocolat exercent ainsi un grand pouvoir tout au long de la chaîne de valeur, et sont considérées être capable de dicter leurs conditions mêmes aux grosses entreprises de transformation (Fountain et Huetz-Adams, 2020). Il y a une transmission asymétrique des prix dans la chaîne de valeur, c'est-à-dire que lorsque les prix du cacao chutent, les différents secteurs de la chaîne voient leurs marges augmenter, sauf les agriculteurs (Fountain et Huetz-Adams, 2018).

Les produits à base de cacao sont ensuite vendus dans des commerces de détail, notamment les supermarchés, qui vendent environ 55% des produits de chocolat (Ryan, 2011). Ces derniers exercent un grand contrôle sur la vente et les prix des produits (Ryan, 2011). En effet, le marché est très concentré et la place sur les étagères est chère. Il est donc difficile pour une petite entreprise de chocolat de s'imposer dans un supermarché, car ils ont peu de pouvoir de négociation (Ryan, 2011). Il y a également une énorme compétition avec les grosses entreprises qui dominent le marché. Même s'il y a une multitude de choix et de marques, la majorité appartient aux plus grandes entreprises.

4.1.4. Les disparités de distribution

Bien qu'aujourd'hui l'industrie du chocolat est peuplée d'initiatives pour tenter de résoudre les problèmes socio-environnementaux du secteur du cacao, les disparités persistent. Au-delà de perdurer, ces disparités s'aggravent. En effet, les données historiques indiquent que le prix d'une tonne de cacao était de 8000$ USD dans les années 70 (Hayford, 2021). Aujourd'hui, le prix d'une tonne de cacao est légèrement au-dessus de 2000$. Dans le même ordre d'idée, à la même époque 50% du prix d'une barre de chocolat revenait à l'agriculteur, contrairement à 6% de la même barre de chocolat aujourd'hui, ainsi que l'illustre la figure 8 (Hayford, 2021). On constate alors que les agriculteurs ne récupèrent que très peu de valeur sur une barre de chocolat. Et les pays producteurs ne sont pas les pays qui tirent le plus de revenus du marché mondial de cacao (Statista, 2021i).

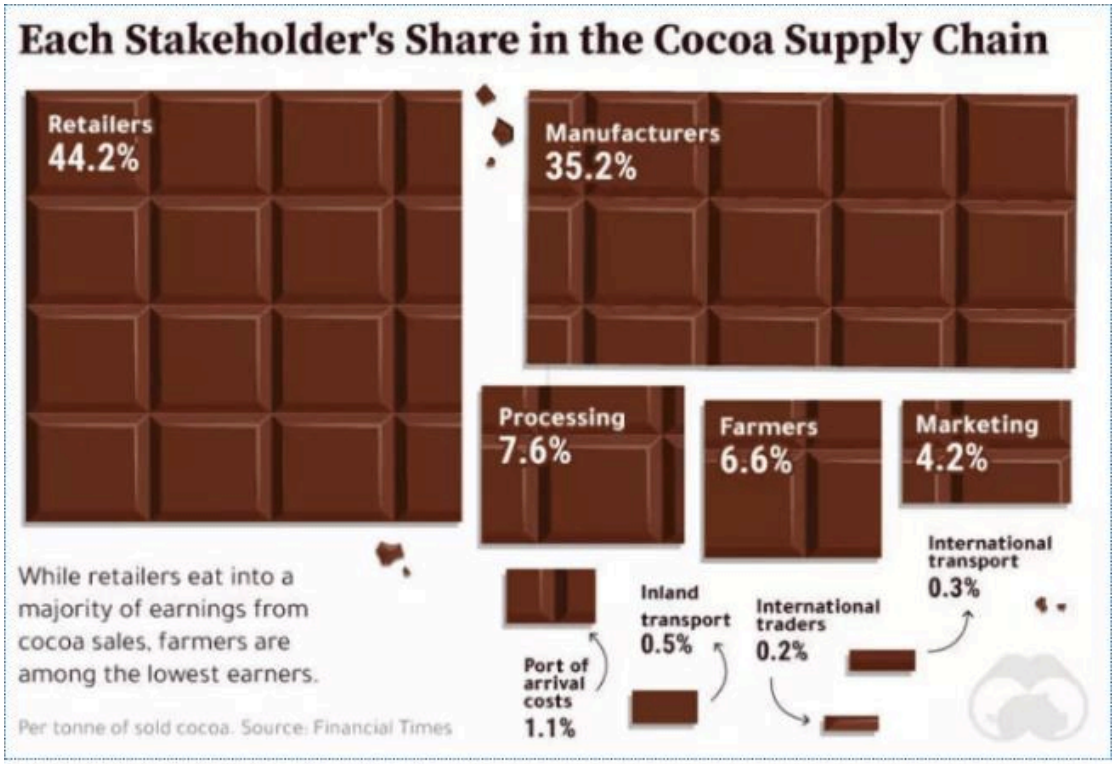


Figure 8 - Partage des revenus entre les acteurs de la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat en pourcentage
Source : Figure tirée de (Hayford, 2021)

Le prix du cacao est également en constante fluctuation. Les statistiques indiquent que sur une période de 4 ans, le prix d'une tonne a varié d'environ 3 125 dollars USD à moins de 2 000 dollars la tonne (voir l'annexe 6 pour la fluctuation des prix) (Statista, 2021b). Cette volatilité des prix reste inchangée et met beaucoup de pression sur les agriculteurs (Voora, Bermùdez et Larrea, 2019). Ainsi, peu de problèmes ont été résolus dans le secteur du cacao. Par exemple, les statistiques du travail des enfants dans les plantations démontrent également une augmentation, notamment en Côte d'Ivoire (Terazono, 2019). En 2008-2009, il est estimé qu'il y a environ 790 000 enfants réalisant

un travail dangereux[8] dans les plantations de cacao en Côte d'Ivoire. En 2013-2014, il est estimé qu'il y a 1,15 million d'enfants, soit une augmentation d'environ 45,6%.

4.2. Les certifications dans l'industrie du chocolat

Nous présentons ci-dessous nos deux certifications à l'étude, Fairtrade International (Fairtrade) et Rainforest Alliance (RA). Nous présentons ces deux organisations selon nos résultats, qui incluent les entrevues, mais aussi les documents officiels respectifs des certifications. Le tableau 10 résume et compare les données des deux certifications.

Tableau 10 - Comparaison des certifications Fairtrade et Rainforest Alliance en 2019

	Fairtrade	Rainforest Alliance
Ampleur de la certification en globalité		
Nombre de produits certifiés	20	9 +[9]
Nombre de pays touchés	72 pays	70 pays
Total d'agriculteurs et travailleurs engagés	1 890 381	2,3 millions
Nombre d'organisation de producteur au total	1 880	_[10]
Ampleur de la certification au niveau du cacao		
Nombre de producteurs de cacao	415 971	1 012 315[11] (UTZ : 794 431) (RA : 217 884)

[8] Le travail dangereux est définit par l'organisation international du travail (*International Labour Organization*) comme étant : « work which, by its nature or the circumstances in which it is carried out, is likely to harm the health, safety or morals of children », Article 3 (d) ILO (2021). *Hazardous child labour (IPEC)*, International Labour Organization. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www.ilo.org/ipec/facts/WorstFormsofChildLabour/Hazardouschildlabour/lang--en/index.htm(International Labour Organization, 2021).

[9] 9 catégories de produits, incluant les fruits et légumes ainsi que les herbes et épices en général.

[10] Rainforest Alliance certifie tous les types de fermes et organisations, à l'instar de Fairtrade qui certifie seulement des coopératives. Il n'y a donc pas de nombre précis pour les organisations de producteurs.

[11] Les données de RA ont été additionnées à celles de UTZ pour dépeindre une réalité plus exacte. En effet, leur site officiel affiche les données combinées, tandis que leurs rapports sont séparés.

certifiés (agriculteurs et travailleurs)		
Hectares de cacao certifié	1,38 million	2,7 millions
Pays touchés	22 pays	20 pays
Production de cacao certifié (en tonnes métriques)	618 633	1 776 757 (UTZ : 1 337 340) (RA : 439 417)
Ventes du cacao certifié (en tonnes métriques)	233 497	1 146 004 (UTZ : 943 436) (RA : 202 568)

Source : Créé par l'auteure d'après les sites web, communications et rapports officiels des deux certifications.

Fairtrade et Rainforest Alliance partagent des buts similaires, mais utilisent des approches différentes pour atteindre leurs objectifs (Rainforest-Alliance, 2021f). Ils construisent tous les deux des normes pour les trois piliers de la durabilité (social, économique et environnementale). Néanmoins, RA est beaucoup plus axé sur l'aspect environnement. En effet, ils visent un monde plus durable en protégeant la nature et les communautés forestières. C'est donc en réduisant l'injustice environnementale qu'ils comptent atteindre leur but (Rainforest-Alliance, 2021f). De l'autre côté, Fairtrade souhaite atteindre un monde plus durable en répondant aux injustices sociales auxquelles les producteurs font face, et cela, en s'attaquant directement à la question de prix, bien qu'ils visent également la durabilité environnementale (Fairtrade-Belgium, 2021). En termes d'étendu, Fairtrade touche plus de pays, mais RA semble exercer à une plus grande échelle. Particulièrement, depuis que RA a fusionné avec UTZ en 2018, cela leur a permis de s'étendre considérablement dans le secteur du cacao, dépassant largement Fairtrade. Les volumes de cacao certifié vendu présenté dans le tableau 9 le démontrent : en 2019, UTZ, RA et Fairtrade ont vendu respectivement 943 436, 202 568 et 233 497 de tonnes métriques. Ainsi, avant la fusion avec UTZ, RA et Fairtrade se suivait de près. Nous présentons plus amplement ci-dessous chaque certification à l'aide de nos résultats.

4.2.1. Cas 1 : Fairtrade International

Origine, mission et organisation

> *« Fairtrade changes the way trade works through better prices, decent working conditions and a fairer deal for farmers and workers in developing countries. »* - Fairtrade (2021l)

Fairtrade International est une organisation multipartite à but non lucratif fondée en 1997 (Fairtrade, 2021c). L'organisation se positionne comme un leader dans le mouvement mondial du commerce équitable. En effet, comme l'indique son slogan, l'organisation souhaite réguler le marché et permettre aux producteurs et consommateurs du Sud de s'insérer dans le marché international grâce à des « conditions commerciales plus équitables » et d'améliorer ainsi leur qualité de vie (Rainforest-Alliance, 2021f). De la sorte, ils souhaitent connecter les consommateurs et les producteurs défavorisés ainsi que de donner à ces derniers les moyens et outils pour lutter contre la pauvreté, renforcer leur position et prendre le contrôle de leur vie (Fairtrade, 2021i). La stratégie de Fairtrade est ainsi construite sur la justice sociale et environnementale (Fairtrade, 2021j). Leurs discours se basent majoritairement sur la notion d'équité, en promouvant un commerce où les agriculteurs reçoivent des prix équitables et les travailleurs, un meilleur traitement. La justice sociale est leur première préoccupation (Fairtrade, 2021j). Mais leur standard repose tout de même sur une approche holistique, comprenant ainsi des critères économiques, environnementaux et sociaux afin de promouvoir un avenir plus durable (Fairtrade, 2021g).

Fairtrade International est la maison mère de l'ONG, chargé de coordonner toutes les activités de Fairtrade à l'international et de créer le standard (Fairtrade, 2021h). L'organisation se décompose ensuite en 22 organisations membres, soit 19 organisations nationales Fairtrade et 3 réseaux de producteurs Fairtrade (Fairtrade, 2021b). Les organisations nationales ont pour rôle de développer le marché Fairtrade et d'établir de nouveaux partenariats entre les organisations de producteurs et les entreprises, afin de garantir la durabilité des chaînes d'approvisionnements (Fairtrade, 2021e). Les réseaux

de producteurs s'occupent de représenter les organisations de producteurs qui souhaitent s'y joindre. Ils représentent ainsi les intérêts des agriculteurs et des travailleurs. En effet, les organisations de producteurs possèdent 50% des votes à l'assemblée générale de Fairtrade International et jouent un rôle important au conseil d'administration (Fairtrade, 2021k). Ils se situent dans trois régions : l'Afrique et le Moyen-Orient (Fairtrade Africa), l'Asie-Pacifique (la NAPP) et l'Amérique latine et les Caraïbes (la CLAC). Enfin, un quatrième acteur vient s'ajouter au système Fairtrade, soit FLOCERT, l'organisme de certification indépendant chargé des inspections et audits pour assurer la conformité au standard (Fairtrade, 2021h).

Étendu et portée

Fairtrade certifie au total 20 produits différents, dont 7 produits principaux, soit les bananes, le cacao, le café, le coton, les fleurs, le sucre et le thé. Environ 1,8 million d'agriculteurs et travailleurs sont engagés avec Fairtrade. Cela représente 1 822 organisations de producteurs à travers 72 pays (Fairtrade, 2021a). La Côte d'Ivoire et le Pérou sont les deux pays comptabilisant le plus d'organisations de producteurs certifiées Fairtrade en 2020, avec 266 et 267 respectivement (Fairtrade, 2021f). La certification démontre une hausse constante des organisations de producteurs certifiées Fairtrade, avec 469 organisations supplémentaires depuis 2016 (Fairtrade, 2021f). Aujourd'hui, Fairtrade International représente environ 35 000 produits certifiés Fairtrade. Plus particulièrement, le cacao comptabilise 380 organisations de producteurs. Cela représente environ 1,38 million d'hectares certifiés Fairtrade pour le cacao dont 90% se situent en Afrique et Moyen-Orient. Cela représente un peu plus de 610 000 tonnes métriques de cacao certifié[12] (Fairtrade, 2021d). La Côte d'Ivoire représente la majorité du cacao certifié.

[12] Les statistiques pour le cacao certifié datent de 2019.

Élaboration des normes

Fairtrade élabore sa propre norme qui définit un cadre pour obtenir une production durable avec des bénéfices économiques, sociaux et environnementaux à long terme pour les agriculteurs et les communautés (Fairtrade-Foundation, 2016). Ils ont également un second standard orienté vers la chaîne d'approvisionnement afin de s'assurer que le commerce soit « juste » (Fairtrade-International, 2016). Ainsi, ils ont divisé l'élaboration de leur norme en deux axes : les critères pour les fermes et les critères pour la chaîne d'approvisionnement (C2). C'est donc par la création de ces normes qu'est définie la durabilité. Et ce sont ces critères qui servent à surveiller et certifier les pratiques des entreprises et producteurs. Fairtrade souligne notamment « construire les marchés Fairtrade » (Fairtrade-International, 2016). D'après leurs rapports, leurs bonnes pratiques agricoles sont conçues pour être plus durables, minimiser les risques et protéger la biodiversité. On retrouve par exemple la bonne gestion des pesticides (stockages, types et protection), des déchets, des ressources d'eau, la protection des sols, mais aussi des travailleurs et des enfants, etc. Fairtrade reconnaît que la nature de leurs stratégies et de leurs activités évolue à travers le temps en cohérence avec l'expérience acquise et l'environnement changeant. Mais ils affirment également toujours rester aligner à leurs vision, buts et principes fondamentaux ainsi qu'à leur approche de base, c'est-à-dire la certification, supporter les organisations de petits producteurs et promouvoir un commerce équitable (Fairtrade-International, 2016). Enfin, ils reconnaissent fournir un standard indépendant, transparent et compétent (Fairtrade, 2004).

Mise en œuvre

Afin de soutenir l'implémentation de leur norme, Fairtrade développe diverses stratégies et activités. Nous avons identifié dans nos résultats 4 champs d'action dans lesquels les certifications opèrent, soit la dimension organisationnelle, financière, éducationnelle et promotionnelle.

Tout d'abord, l'organisation en coopérative est une condition requise et mise en place par l'organisme. La certification ne certifie que des groupes de producteurs. : « Le fait de faire partie d'une coopérative, c'est beaucoup plus avantageux que d'êtres seuls. C'est une condition pour nous, on ne peut pas certifier un agriculteur seul » (V1, expert Fairtrade, novembre 2020). Elle vient notamment structurer et formaliser les groupes de producteurs. Plus particulièrement, le caractère démocratique de ces organisations est souvent cité par Fairtrade. Ils offrent un cadre propice pour construire des structures démocratiques fortes (Fairtrade, 2013).

Dans un second temps, Fairtrade garantit un prix minimum afin que les producteurs reçoivent toujours un prix « juste » pour leur production de cacao durable, et ce, même quand les prix du marché chutent. Ce prix minimum a pour but de couvrir les coûts de la production, contrairement au prix du marché volatil :

> Il y a toute la question de prix minimum. Ça veut dire que l'on a défini un prix minimum qui est basé sur les coûts de production donc pour avoir une production durable, il y a un certain coût et notre prix minimum envisage de couvrir ces coûts de production. (V1, expert Fairtrade, novembre 2020).

Nous remarquons alors que la certification Fairtrade tente alors de jouer avec les mécanismes de prix et instaurer un minimum à ne pas franchir. Cela agit notamment à titre de filet de sécurité pour les agriculteurs, explique un expert des politiques en durabilité :

> *« Particularly Fairtrade, they act as a safety net for farmers when this market prices fall you know. They're doing something at least in terms of volatility. They are saying Ok we're going to put this minimum price and we don't care what the global market says »* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020).

Fairtrade met également en place un système de prime. Cette prime est remise aux agriculteurs ou à la coopérative en supplément au prix payé pour le cacao. Ainsi, elle contribue au soutien et au développement social et économique des producteurs. Elle est reçue et gérée différemment selon chaque coopérative. Dans la certification Fairtrade, la prime revient à la coopérative et est versée par le premier acheteur, sauf si la coopérative

est aussi exportatrice et donc touche directement la prime. L'utilisation de cette dernière est votée démocratiquement au sein de la coopérative et permet de réinvestir dans la production, d'investir dans des infrastructures sociales ou simplement de soutenir les agriculteurs en obtenant un supplément économique, notamment en période de pandémie (voir l'annexe 7 pour la répartition de la prime Fairtrade dans les coopératives). Fairtrade vérifie et approuve l'utilisation des primes des coopératives.

Il y a également des services de financement disponible pour les agriculteurs. En effet, plusieurs documents publiés par Fairtrade soulignent qu'ils apportent un service de financement aux producteurs, notamment pour faire face et s'adapter aux changements climatiques et environnementaux (Fairtrade-International, 2010). En 2011, il est précisé que les agriculteurs peuvent demander un préfinancement jusqu'à 60% du prix d'achat (Fairtrade-Foundation, 2016). En 2014, Fairtrade précise à nouveau que les coopératives peuvent appliquer au Fond de certification des producteurs pour obtenir du soutien allant jusqu'à 75% des coûts de certifications. Il y a également l'existence d'un second fond, le Fond d'accès Fairtrade, qui distribue des prêts longs-terme aux agriculteurs depuis 2012 en Amérique latine et 2014 en Afrique de l'Ouest. Par ailleurs, il est pertinent de souligner que pendant la pandémie de la COVID-19, Fairtrade a développé deux nouveaux fonds pour apporter un soutien aux producteurs, avec la contribution d'entreprises et d'organisations de fonds. Ainsi, distribués à travers les réseaux de producteurs, plus de 15 millions d'euros ont été directement répartis à travers les producteurs certifiés Fairtrade, afin d'apporter un soulagement immédiat et une résilience à long terme.

En ce qui concerne la dimension éducationnelle, un expert Fairtrade souligne que « les réseaux de producteurs […] les appuient là-dessus, [ils font] des formations et tout » (V1, expert Fairtrade, novembre 2020). Ce rôle est donc tenu par leurs réseaux de producteurs régionaux, nommés dans la présentation de Fairtrade. Ils précisent notamment mettre en place des formations en gestion et en *leadership* (Fairtrade-Foundation, 2016). Plus précisément, ils reçoivent des formations sur l'amélioration de la productivité et de la qualité, sur la gestion durable des arbres, la gestion des ravageurs,

la protection des enfants et la protection de l'environnement (Fairtrade-West-Africa, 2014). En outre, ils affirment couvrir trois thématiques : la sensibilisation des agriculteurs, le développement communautaire et la gestion et la gouvernance (Fairtrade-Foundation, 2016).

Enfin, Fairtrade réalise des activités de promotions et de défenses des intérêts. Pour cela, Fairtrade possède des organisations nationales de promotion dans chaque pays consommateur de chocolat. Ces organisations sont citées comme étant un pilier du système Fairtrade (Fairtrade, 2010a).

> T'as les organisations de promotion du label qui font la partie plus commerciale et en lien avec les consommateurs donc pour chaque pays consommateur, tu as une organisation de promotion, donc tu as Fairtrade France, Fairtrade Germany, chaque pays à la sienne (V1, expert Fairtrade, novembre 2020).

Elles s'occupent alors de créer des campagnes pour sensibiliser les consommateurs aux enjeux soutenus par les certifications et développer le marché lié au sceau de la certification (voir l'annexe 8 pour un exemple de publicité). Par exemple Fairtrade affirme être soutenu par une vaste compagne regroupant plus de 500 campagnes communautaires locales rien qu'au Royaume-Uni, ainsi que des milliers d'écoles, d'universités et de groupes religieux qui soutiennent Fairtrade pour les principes qu'il incarne (Fairtrade-Foundation, 2011). Également, dans leur rapport annuel de 2019-2020, Fairtrade explicite qu'ils cherchent à amplifier les voix des agriculteurs et des travailleurs dans les débats politiques et à travailler avec des partenaires afin de créer un environnement propice au commerce équitable. Plus récemment, Fairtrade a lancé en 2021 un docu-série publié sur leurs réseaux sociaux afin de sensibiliser les consommateurs sur la réalité de 3 agriculteurs pendant la pandémie du COVID-19.

Assurance de la conformité

Pour s'assurer de la conformité des agriculteurs et des entreprises aux critères élaborés, Fairtrade met en place un système pour surveiller, contrôler et attester la conformité. Ils réalisent d'abord des audits par une organisation tiers indépendante

nommée FLOCERT (V1, expert Fairtrade, novembre 2020), pour ensuite délivrer leur certificat (*label*). Fairtrade souligne que la marque Fairtrade est utilisée sur les produits qui ont été commercés sous les normes Fairtrade, ce qui permet aux consommateurs de reconnaître les principes sous lesquels ils ont été produits (Fairtrade-International, 2016). Également, dans leur rapport annuel de 2005-2006, Fairtrade explique qu'un *label* est plus impactant qu'une affirmation sur un emballage. Un sceau permet ainsi de donner de la crédibilité et de l'autorité au discours tenu sur l'emballage. Ensuite, la certification s'assure de la traçabilité de son cacao certifié, afin qu'il remonte toute la chaîne et arrive bel et bien dans les produits certifiés des supermarchés.

Dans ce sens, Fairtrade précise que la certification est obligatoire pour tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement qui achète ou vende des produits Fairtrade jusqu'au produit final vendu aux consommateurs (Fairtrade-West-Africa, 2014). Ils précisent qu'aucun système de certification produit ne peut garantir qu'un produit ne contient pas de travail des enfants dans sa production. Mais ils argumentent que Fairtrade peut garantir que s'il y a des brèches trouvées, des actions immédiates seront prises pour protéger les enfants concernés (Fairtrade-Foundation, 2016). La traçabilité est également difficile à la sortie de la ferme. Il est souvent difficile pour une entreprise de savoir de quelle coopérative provient leur cacao. Fairtrade utilise alors un système de *« mass balance »* :

> Il y a ce qu'on dit des *mass balance* […], ça veut dire que moi je n'arrive pas à te dire précisément sur la tablette de chocolat de quelle coopérative j'achète parce qu'il y a plusieurs coopératives qui me livrent. Mais moi en tant que transformateur, je dois m'assurer que tous mes fournisseurs respectent bien la loi (V1, expert Fairtrade, novembre 2020).

Pour cela, Fairtrade a développé en 2018 de nouvelles options pour les entreprises, qui leur permettent de s'approvisionner d'un ou plusieurs ingrédients qui ne sont pas certifiés Fairtrade. Cette stratégie a été déployée afin d'étendre les ventes des agriculteurs (Fairtrade-International, 2020), puisqu'il était difficile de produire une barre de chocolat avec du cacao certifié 100% traçable. Cela permet notamment d'étendre le

marché en étant moins rigide et d'accroître la transparence avec les consommateurs concernant les pourcentages de cacao certifié. Cela laisse également plus de souplesse aux entreprises. Fairtrade a ainsi développé en cohésion divers logos représentant le pourcentage de cacao certifié dans le produit final.

4.2.2. Cas 2 : Rainforest Alliance

Origine, mission et organisation

> *« From fighting deforestation and climate change to building economic opportunities and better working conditions for rural people, the Rainforest Alliance is working to solve urgent environmental and social challenges. »* - Rainforest-Alliance (2021d)

Rainforest Alliance est une organisation non gouvernementale qui s'engage dans la protection des forêts et des communautés. L'organisation est créée en 1987 à la suite de la déforestation majeure et à la perte de centaines d'espèces (Rainforest-Alliance, 2021a). Leur objectif est de s'assurer que les individus dépendant de la biodiversité et des ressources naturelles disposent des instruments et méthodes adaptées afin de réaliser « leur objectif plus large de la durabilité » (Rainforest-Alliance, 2021f). Ils envisagent un monde où les populations et la nature prospèrent en harmonie. Pour cela, ils utilisent les forces sociales et les forces du marché pour créer un environnement où la nature est protégée, ainsi que les agriculteurs et communautés qui y vivent.

L'organisation et la division des activités de RA sont plus floues que Fairtrade International. Néanmoins, ils précisent dans leur rapport annuel de 2020 que l'organisation totalise 531 employés répartis dans 31 pays différents (Rainforest-Alliance, 2020a). En 2018, Rainforest Alliance a annoncé sa fusion avec l'organisation de certification UTZ. Cette dernière était en activité depuis 2002 et portait majoritairement sur la certification de 4 produits, soit le café, le cacao, le thé et les noisettes. Cette fusion a notamment permis à RA d'élargir leur réseau de producteurs certifiés, toucher plus amplement certains pays et de joindre les forces des deux certifications pour proposer un nouveau standard amélioré en 2020 (Rainforest-Alliance, 2020a).

Étendu et portée

Rainforest Alliance certifie 8 catégories de produits principaux, soit le café, le cacao, le thé, la banane, les herbes et épices, les fruits et légumes, les fleurs et les noix ainsi que quelques autres produits agricoles. Les producteurs certifiés RA sont en constante augmentation année après année, avec une première explosion d'engagements en 2012 passant de moins de 300 000 producteurs certifiés à presque 800 000. En 2017, avant la fusion avec UTZ, Rainforest Alliance avait atteint un peu moins de 1,3 million de producteurs certifiés (Rainforest-Alliance, 2021c). Après la fusion, l'organisation comptabilise plus de 6,8 millions d'hectares de terres agricoles certifiées dans le monde, soit 2,3 millions d'agriculteurs certifiés à travers 70 pays[13] (Rainforest-Alliance, 2021e). Aujourd'hui, RA est associé a plus de 5 000 entreprises, ce qui permet à la certification d'être apposée sur environ 44 000 produits en vente (y compris les produits certifiés UTZ) (Rainforest-Alliance, 2020a). En ce qui concerne le cacao, Rainforest Alliance compte 890 000 agriculteurs de cacao certifié RA, représentant 2,7 millions d'hectares de production de cacao certifié (Rainforest-Alliance, 2021b). Leur certification du cacao touche environ une vingtaine de pays, répartie entre l'Amérique latine, l'Afrique et l'Asie (Rainforest-Alliance, 2021c).

Élaboration des normes

En premier lieu, la certification Rainforest Alliance repose sur la norme SAN (*Sustainable Agriculture Network*), un ensemble de critères environnementaux, sociaux et économiques rigoureux (Rainforest-Alliance, 2013). Ce standard leur permet de promouvoir ce que sont de « bonnes » pratiques et certifier leurs producteurs d'après ces normes. Un expert de Rainforest Alliance explicite :

> *« Voluntary standards are made up of a system where the first piece is the foundation of what is needed to achieve sustainability. The way we develop our standard is to look at issues around people's livelihoods, human rights, the environment, profits, and farming practices. […] So that's the farm standard. We also have a chain of*

[13] Les données datent de 2020 et incluent les producteurs Rainforest Alliance et UTZ.

> *custody or supply chain standard which looks at the first buyers normally »* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

RA élabore donc deux standards, leur permettant de fixer les critères auxquels les acteurs de la chaîne doivent conformer pour rentrer dans le marché certifié RA. Les « bonnes pratiques » citées à maintes reprises couvrent un ensemble de sujets différents. Nos trois intervenants des coopératives citent plusieurs exemples similaires. Nous pouvons les regrouper en 3 axes : la gestion de la production, notamment au niveau de la planification financière et du rendement ; la gestion au niveau de l'environnement, au niveau des produits utilisés ou des pratiques à faire et à ne pas faire (ex. :la gestion des cultures, la gestion et la conservation des sols, la préservation de l'eau, etc.) ; et enfin, les conditions de vie du producteur (notamment au niveau de sa protection vis-à-vis des produits chimiques utilisés). L'alignement des discours des représentants des coopératives concernant les bonnes pratiques agricoles démontre la volonté de la certification à standardiser les pratiques et à les professionnaliser. Cette volonté n'est pas nouvelle et paraît inchangée à travers le temps. En effet, les trois axes susmentionnés apparaissent déjà dans le premier rapport (disponible) de Rainforest-Alliance (2013). Cependant, les fondements restent les mêmes, mais les critères du standard ont évolué avec le temps dû à l'expérience et aux avancées de l'industrie.

Mise en œuvre

Par la suite, RA met en place des stratégies et activités pour soutenir l'implémentation de leur norme. Nous identifions les 4 mêmes champs d'action que chez Fairtrade, soit la dimension organisationnelle, financière, éducationnelle et promotionnelle.

D'abord, la coopérative n'est pas une forme d'organisation prérequis. Ils explicitent dans leurs divers rapports certifier aussi bien les individus que les coopératives et d'autres formes existantes d'organisation. Néanmoins, les coopératives sont une forme d'organisation très répandue:

> *« I think what you see is a lot of groups are owned because of the certification, so in the Fairtrade system that's because the trade set up cooperatives. We don't do that but what has happened is that traders will set up groups, a lot of groups because it's easier for them to set up a group to be certified* » (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020.

Ainsi, les acheteurs vont préférer regrouper les agriculteurs en organisation, car cela est plus facile et avantageux. La mise en place de coopérative par et pour la certification apporte de nombreux avantages aux agriculteurs.

Rainforest Alliance n'offre pas de sécurité d'un prix minimum. Ils ne proposent le système de prime que seulement depuis le nouveau programme de 2020, soit le programme officiel de la fusion Rainforest Alliance et UTZ. Néanmoins, la certification UTZ proposait cette prime depuis des années. Ainsi, à la fusion, les producteurs certifiés sous UTZ continuaient d'obtenir cette prime. Le système de prime Rainforest Alliance est nommé le Différentiel de Durabilité et est directement versé aux producteurs en récompense aux efforts fournis, et ces derniers décident d'eux-mêmes s'ils souhaitent l'investir collectivement ou non.

> Il y a une prime qui est payée pour l'effort qu'on fait pour, pour la coopérative et pour le producteur, voilà pour l'effort que l'on fait pour la certification du produit. […] Cette prime-là est partagée à parts égales. 50% comme prime d'encouragement pour le producteur, et puis 50% pour l'organisation, pour renforcer ses infrastructures, ou créer des biens, des services pour les producteurs, ainsi de suite (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).

La certification RA fonctionnait en parallèle de la certification UTZ jusqu'à la publication de leur nouveau programme en 2020. Ainsi, il y a des légères différences dans le fonctionnement, comme le partage à 50% de la prime entre les producteurs et les organisations. Dans leur nouveau standard de 2020, ce différentiel est également partagé entre les producteurs et les investissements collectifs de la coopérative, mais aucun pourcentage n'est précisé. Par ailleurs, aucun financement n'était fourni aux organisations ou producteurs avant la norme 2020. Aujourd'hui, RA a aussi mis en place un système d'investissement de durabilité, qui doivent être réalisé par les acteurs de la

chaîne pour soutenir les investissements nécessaires aux coopératives ou organisations pour être durable (Rainforest-Alliance, 2020c).

Du côté éducationnel, un expert Rainforest Alliance explicite que: *« alongside that comes training and outreach to producers to help them implement it, to help them access the tools and the knowledge they need »* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020). Rainforest Alliance a notamment créé en 2019 un réseau de formateurs (The Associated Trainers Network) composé de formateurs locaux qualifiés afin de soutenir les producteurs (Rainforest-Alliance, 2019a). Ils affirment également utiliser la technologie (sur téléphone mobile) pour véhiculer leurs formations. Les formations couvrent un large éventail de sujet, allant de la gestion de la ferme, à la sensibilisation aux pratiques durables particulièrement au niveau social, environnemental et agricole ainsi que la gestion financière. Certains représentants de coopératives citent des exemples :

> Sur le plan gestion […] nous sommes à 1000 Francs du kilogramme donc un planteur qui a un hectare de cacao avec une estimation de 800 kilos à l'hectare, […] il va se retrouver annuellement avec un revenu de 800 000 […]. Or la répartition de ce fond-là, le monsieur il a ça peut-être sur 4 mois. Or il ne sait pas que les 8 autres mois, il faut étaler ça pour pouvoir survivre donc dans la sensibilisation, on a des formations où on demande au planteur de gérer mieux, pour vivre sur l'année, c'est un exemple. » (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020)

> Avant les producteurs n'étaient pas du tout sensibilisé sur les dangers de ce produit-là les pesticides), les dangers de contamination, de la nappe phréatique, détérioration de la structure… Aujourd'hui, tous les producteurs de la certification sont sensibilisés sur ce sujet (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).

Particulièrement, l'aspect gestion, environnemental et protection du travailleur revient régulièrement dans nos résultats. Ainsi, les formations permettent notamment de transmettre la connaissance nécessaire à l'implémentation des normes et critères exigés par la certification, mais aussi de sensibiliser et informer les producteurs par rapport aux enjeux. En effet, V3, expert Rainforest Alliance (novembre 2020) précise que les agriculteurs doivent être coaché pour être informé et comprendre les enjeux. La

formation et l'éducation sont donc un outil privilégié par les certifications et largement utilisé depuis de nombreuses années.

Enfin, RA réalise des activités de plaidoiries pour défendre les intérêts des producteurs. Rainforest Alliance s'est lancé en 2014 dans une campagne de 10 mois en collaboration avec le journal *The Guardian* afin de sensibiliser les consommateurs sur la durabilité (Rainforest-Alliance, 2014). À l'image de Fairtrade, ils ont également très présent sur les réseaux sociaux pour répandre leur marque et convaincre la population de se joindre au mouvement Rainforest Alliance (voir l'annexe 9 pour des exemples de publication). Ils développement également chaque année une campagne sur les réseaux sociaux accompagnés de conférences portant sur l'agriculture, la durabilité et la consommation. Cet évènement récurrent se nomme « *Follow the frog* » (#followthefrog), soit « suit la grenouille », leur emblème. Ainsi, cette campagne promeut leur logo et l'adhésion à leurs produits.

Assurance de la conformité

Comme Fairtrade, Rainforest Alliance possède un système pour s'assurer de la conformité des acteurs certifiés aux critères imposés. Pour cela, ils procèdent à des audits régulièrement et de manière assidue : « chaque année, une inspection de portes en portes, par producteurs par membres, par familles est faite, pour vérifier le niveau de respect de ces exigences-là. » rapporte V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire (novembre 2020). Ce processus d'audit est réalisé par un tiers parti :

> *« We don't do the audit we use the audit third party. The audit system assures that they implement the standard and it's the same with the supply chain actors so those supply chain actors who hold the supply chain standard, we audit, […] if you have non-compliance, there's a process to meet those, if you don't you can be decertified"* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

Cette certification n'est pas immédiate pour les producteurs, mais s'apparente plutôt à un long processus pour atteindre le niveau demandé. RA souligne d'ailleurs qu'il y a quelques failles dans les systèmes d'audits. Certains peuvent « réussir à gruger, c'est

une faille comme dans tout » (V3, expert Rainforest Alliance, novembre 2020). Certains intervenants citent notamment des exemples concrets de situations où les processus d'audits sont incompétents :

> C'est là qu'au Cameroun, plusieurs acheteurs s'amusent à faire des pratiques peu recommandables avec le cacao certifié. Ils prenaient n'importante quel cacao, ils mettaient en certifié. […] Ça se fait souvent […], c'est l'acheteur qui fait son bordereau, donc c'est lui qui écrit ce qu'il veut dans le bordereau (V8, représentant d'une coopérative de cacao certifiée RA au Cameroun, novembre 2020).

> Vous pouvez vous imaginer que si vous avez une prime, je sais pas de 100 francs CFA par kilo pour la production du cacao durable, si votre voisin n'a pas rempli les critères, il n'est pas un producteur durable, vous allez acheter son cacao et vous lui donnez 0,25$ de prime par kilo, vous le vendez en durable et vous avez gagné 75 cents (V11, expert en cacao durable, janvier 2021).

Ainsi, RA admet que le système d'audit n'est pas parfait. Cependant, lorsqu'il y a conformité, RA délivre un certificat en forme de grenouille. Ils précisent notamment qu'un certificat permet aux producteurs de démontrer qu'ils sont des agriculteurs professionnels implémentant des pratiques durables (UTZ-Certified, 2007). Cela montre aux consommateurs la manière dont il est produit et cela se traduit donc en valeur pour les entreprises : *« you can use the seal that says to consumers how it's produced and that means value to [the company] »* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020). Enfin, RA s'assurer de la traçabilité de son produit, des coopératives jusqu'aux étagères des supermarchés. Conséquemment, la traçabilité de RA commence à l'interne de la coopérative, à l'aide de programme de suivi et surtout, le référencement sur papier de tout ce qui est entrepris. La gestion de la coopérative certifiée est stricte et bien reportée au jour le jour.

> Dans la gestion quotidienne de la coopérative, toute organisation certifiée doit mettre en place un système de traçabilité. Tout est tracé, que ce soit la production à la commercialisation. Ce cycle-là concerne le producteur et au niveau de la coopérative, le fonctionnement est traçable. […] Avec Rainforest Alliance, quand on parle de traçabilité, il y a d'abord pour le producteur, le ticket de décabossage, il y a le ticket de pesé, il y a le reçu des paies et le bordereau (V8, représentant d'une coopérative de cacao certifiée RA au Cameroun, novembre 2020).

De plus, RA utilise également le concept de *« mass balance »* depuis longtemps. À la différence de Fairtrade, RA n'a pas développé une gamme de logo précisant le pourcentage certifié constituant le produit final. Néanmoins, RA a développé aujourd'hui un système de traçabilité en ligne assez performant (V3, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

En conclusion, nos deux cas élaborent des critères, mettent en place un vaste panel de stratégies et activités pour créer un environnement propice aux agriculteurs et s'assurent de la conformité des acteurs certifiés. Nous pouvons remarquer quelques différences entre Fairtrade et RA, mais globalement, ils se rejoignent dans leur fonctionnement. Une différence majeure entre les deux certifications est leur stratégie de communication et la terminologie qu'ils utilisent pour qualifier leurs activités. Le tableau 11 souligne cette différence majeure dans les discours des certifications ainsi que les différences notables entre les deux certifications. Nous présentons par la suite le fonctionnement des schémas de certification d'un point de vue plus abstrait.

Tableau 11 - Différences notables entre Fairtrade et Rainforest Alliance

	Fairtrade	Rainforest Alliance
Élaboration	• Les producteurs ont 50% des votes à l'assemblée générale • Organisation de réseaux de producteurs par région	• Pas de mécanisme d'inclusion des producteurs dans les votes ou décisions • Pas de regroupement de producteurs à l'échelle régionale
Mise en œuvre	• Organisation en coopérative obligatoire : pas de certification pour un individu ou une ferme • Prix minimum garanti • Prime supplémentaire au prix du marché • Préfinancement et crédits disponibles	• Organisation en coopérative non obligatoire : certification d'un individu ou une ferme • Pas de prix minimum garanti : repose sur le prix du marché • Différentiel de durabilité (prime depuis 2020 payé en plus du prix du marché) • Investissement de durabilité réalisé par les acteurs de la chaîne (depuis 2020)

Assurance de la conformité	• Utilisation de différents sceaux pour les produits finaux afin d'attester des différences de traçabilité (100% traçable et tous les ingrédients du produit final sont Fairtrade, un seul ingrédient est traçable et Fairtrade dans le produit, l'ingrédient utilisé n'est probablement pas 100% certifié Fairtrade…)	• Utilisation d'un seul sceau : ne montre pas les différences de traçabilité (100% certifié ou non) dans le produit final

Source : créé par l'auteure

4.3. Le fonctionnement des schémas de certification

Nos deux certifications à l'étude nous ont permis d'identifier un système de fonctionnement en 3 temps, dépeint par le tableau 12, où chaque étape permet de bâtir la régulation privée qu'est la certification : l'élaboration des critères du « nouveau marché », l'implémentation de stratégies et activités pour atteindre les conditions et critères demandés ainsi que la surveillance de la conformité pour assurer la crédibilité du système et surtout, de son bon fonctionnement. Par ailleurs, nos résultats laissent entendre que le fonctionnement des certifications repose majoritairement sur des mécanismes de marché et des mécanismes de développement, qui sont complémentaires afin d'atteindre les buts et objectifs visés par ces organismes, soit un commerce « juste » ou « durable ».

Tableau 12 - Fonctionnement des certifications

	Élaboration	Mise en œuvre	Assurance de la conformité
But	*Création d'un nouveau marché selon des conditions « plus élevées »*	*Stratégies et activités pour soutenir l'implémentation de leurs critères*	*Processus de certification pour assurer la conformité aux normes*
Moyen utilisé	• Élaboration de normes	• Stratégie organisationnelle • Stratégie financière	• Processus d'audit • Délivrance d'un sceau

	• Standardisation des pratiques et comportements • Évolution du système • Crédibilité requise	• Stratégie éducationnelle • Stratégie promotionnelle	• Traçabilité du produit • Indépendance du processus

Source : créée par l'auteure

En premier lieu, nous relevons que l'élaboration des critères d'une certification possède plusieurs caractéristiques, soit la création des normes et pratiques qui définissent la certification ; la standardisation des pratiques et comportements qui découle de l'élaboration de critères ; la crédibilité de ces dernières ; et leur évolution, comme l'illustre la figure 9.

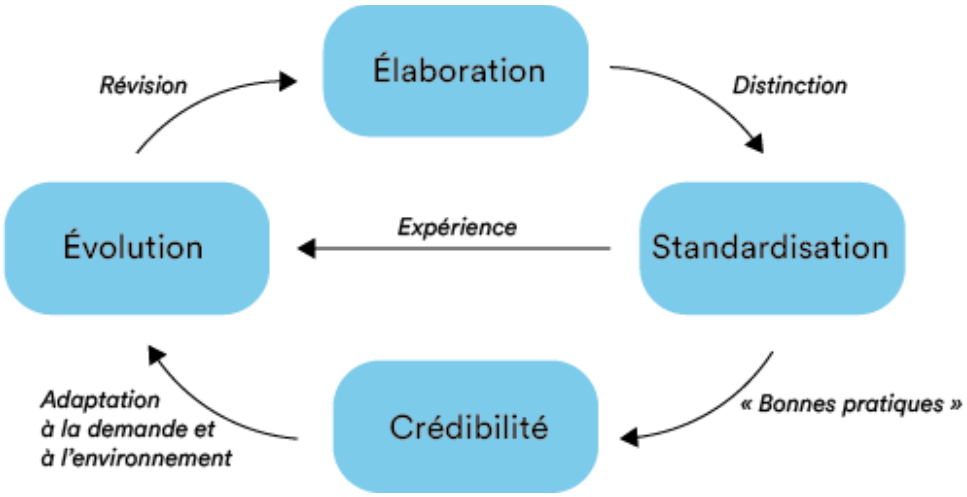


Figure 9 – Processus d'élaboration des critères d'une certification
Source : créée par l'auteure d'après les résultats

La création de normes est le fondement des schémas de certification. Nos certifications à l'étude ont toutes deux établis deux standards : un contenant les critères à respecter pour les agriculteurs et un second destiné aux acteurs de la chaîne d'approvisionnement. Ces critères créés et imposés par les certifications permettent ainsi d'unifier les pratiques et comportements des acteurs de la chaîne, d'une manière jugée « bonne ». La standardisation des pratiques permet ainsi à ces organismes de générer une certification pour des comportements standardisés. D'un côté, ces pratiques

deviennent mesurables et comparables à une référence (qui permet la délivrance d'un certificat de conformité) et de l'autre, ces normes uniformisent toutes les pratiques à travers divers contextes. Les certifications tentent, par ces critères, de se distinguer des autres marchés. Par ailleurs, les standards créés sont en constante évolution. Ils ne sont pas fixes et sont sans cesse mis à jour pour refléter l'expérience acquise, l'environnement changeant et la demande des pays consommateurs concernant la « durabilité ». Enfin, la crédibilité est aspect important dans la création des normes. En effet, pour convaincre, les certifications doivent être jugées crédibles. Cela est notamment possible par leur caractère à être indépendant quant aux intérêts qu'elles sont jugées avoir. Cela laisse paraître que l'indépendance de ces certifications apporte une certaine plus-value à l'affirmation que tel ou tel produit ou comportement est « juste » ou « durable ».

Dans un second temps, les certifications mettent en place des stratégies et activités pour soutenir l'implémentation de leurs normes standardisées et atteindre leurs buts. La majorité des actions entreprises par les certifications sont orientées vers les acteurs du bas de la chaîne, soit les agriculteurs, qui nécessitent le plus de soutien pour atteindre les exigences de ce « nouveau marché ». Pour cela, nous identifions que les certifications agissent selon 4 champs d'action, soit la dimension organisationnelle, financière, éducationnelle et promotionnelle. Les activités et stratégies mises en place par les organismes de certifications se situent entre amélioration économique et amélioration sociale. Il y a des activités plus directes, comme le prix minimum et la prime, qui vise à rendre justice et équité directement et des activités plus indirectes agissant sur le long-terme, telles que les formations, plaidoiries ou l'organisation en coopérative. Les activités mises en place par les certifications sont interdépendantes et permettent conjointement le bon fonctionnement du système.

Enfin, les schémas de certification reposent sur un processus d'audit, à l'issue duquel un sceau est donné au producteur ou l'entreprise qui répond à certains critères standardisés. L'assurance de la conformité est essentielle pour le fonctionnement du système de certification : le fait de certifier, donc de garantir un produit, une production,

une entreprise selon des critères au préalable établis. Il y a donc quatre éléments notables dans l'assurance de la conformité aux normes par les certifications, qui assurent à la fois leur légitimité et leur crédibilité, soit le processus d'audit, la délivrance d'un sceau, la traçabilité du produit et enfin le contrôle tiers indépendant, comme l'illustre la figure 10.

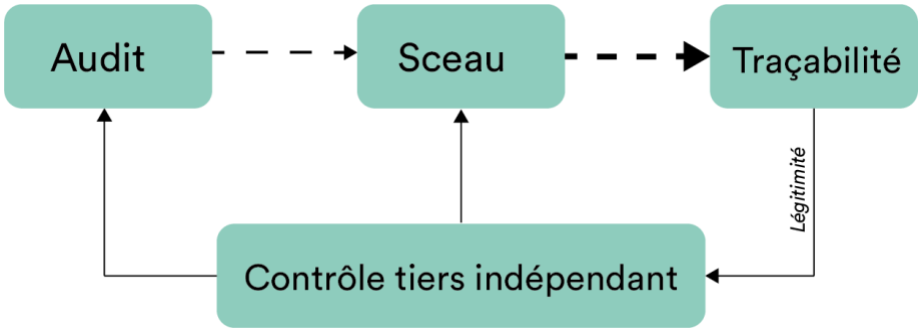


Figure 10 - Système d'assurance de la conformité
Source : créée par l'auteure d'après les résultats

D'abord, la certification est accordée seulement à la suite d'un audit, qui se répète régulièrement afin de s'assurer continuellement de la conformité aux normes. Un organisme vient donc surveiller les entreprises et les coopératives pour vérifier que tout est en ordre. Ce système de score, autrement dit de performance à atteindre pour être certifié, est un grand incitatif à tricher les audits. La pression d'être dé-certifié est grande pour les agriculteurs. Ces pratiques déviantes peuvent être motivées par des raisons économiques. À la suite du processus d'audit, l'organisation délivre un sceau comme preuve de conformité (autrement dit, un *label* ou un certificat). Le sceau est temporel : il atteste que la coopérative et le produit sont conformes à un moment précis. Ensuite, l'assurance de la conformité se traduit par une chaîne de traçabilité accrue. En effet, la conformité ne peut être attestée seulement si elle est surveillée tout au long de la chaîne. La traçabilité commence à l'interne de la coopérative, même si elle reste difficile à monitorer. À l'achat, le cacao certifié est parfois mélangé avec le cacao conventionnel (pour éviter les coûts supplémentaires liés à la division totale de la chaîne d'approvisionnement en deux). Ainsi, les certifications utilisent un système de « *mass balance* », qui permet aux entreprises d'utiliser le sceau même si le cacao utilisé n'est pas

à 100% certifié. Cela permet notamment d'étendre le marché en étant moins rigide et d'accroître la transparence avec les consommateurs concernant les pourcentages de cacao certifié. Cela laisse également plus de souplesse aux entreprises. Enfin, la certification est délivrée et confirmée par un tiers parti indépendant à l'organisme qui crée les normes, et qui assure aussi la réalisation des audits. Les audits et les vérifications sont ainsi jugés indépendants de tout intérêt, notamment à mentir ou cacher des pratiques douteuses (pour valoriser le système de certification par exemple).

En somme, les certifications privées régulent le commerce en créant un « marché » défini par des normes et critères bien défini, et également standardisé, qui sont reconnus et identifiables par un sceau. Ce système est pensé pour se complémenter. Les stratégies et activités tenues par les certifications permettent aux agriculteurs d'atteindre les critères demandés, et à la fois d'atteindre les buts économiques, sociaux et environnementaux de l'organisation. Le système d'assurance de la conformité construit la légitimité de ces organisations, en vérifiant les pratiques des producteurs et des entreprises. À terme, le sceau permet la diffusion large du système mis en place par ces organisations aux consommateurs. Nous allons désormais parcourir les résultats concernant l'implication de ce fonctionnement dans la modification de la distribution et la capture de la valeur ajoutée, la coordination et les relations de pouvoir dans la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat.

CHAPITRE 5 – VERS PLUS D'ÉQUITÉ DANS LA CHAÎNE DE VALEUR DE L'INDUSTRIE DU CHOCOLAT

Dans ce chapitre, nous verrons dès à présent comment le fonctionnement des certifications, leurs stratégies et activités viennent modifier la distribution et la capture de la valeur ajoutée, la coordination et les relations de pouvoir des acteurs dans la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat. Nous terminons par les effets des certifications par rapport à l'équité.

5.1. Modification de la distribution et capture de la valeur ajoutée

Afin d'étudier les possibilités pour les agriculteurs de « remonter la chaîne » ou encore de passer à des activités à plus fortes valeurs ajoutées dans l'éventuelle possibilité d'atteindre plus d'équité, et cela, grâce aux certifications, nous avons identifié dans nos résultats plusieurs stratégies d'*upgrading.* Le tableau 13 résume nos résultats concernant les différentes stratégies d'*upgrading* identifiées grâce aux certifications Fairtrade et RA. Nous notons que les deux certifications permettent les mêmes stratégies d'*upgrading*. La différence notable est que RA n'impose pas spécifiquement l'organisation en coopérative des agriculteurs. Cela peut venir réduire l'*upgrade* par l'amélioration de l'accès au marché voir empêcher l'*upgrading* grâce à de meilleures structures de gouvernance. Néanmoins, nos résultats indiquent que les agriculteurs de cacao certifié RA sont en grande majorité regroupés en coopérative par les commerçants.

Tableau 13 - Stratégies d'*uprading* identifiées dans nos résultats

Stratégie	Certifications
Augmentation de la valeur ajoutée	• Amélioration des conditions de production : « les bonnes pratiques agricoles » • Amélioration de la qualité : un cacao « durable » • Meilleur rendement • Différenciation

Amélioration de l'accès au marché	• Relations horizontales - Organisation en coopérative : achat d'intrant en commun ; partage des coûts ; accès à plus de crédits ; construction d'infrastructure commune - Relations verticales - Confiance - Diversification des marchés : double certification, production de denrées, nouvelle utilisation du cacao
Meilleures structures de gouvernance	• Organisation en coopérative formelle (les acheteurs regroupent les agriculteurs RA en coopérative dans la majorité des cas) • Organisation formelle (hiérarchie, division, procédure…)

Source : créé par l'auteure d'après les résultats

5.1.1. Stratégie d'*upgrading* par l'augmentation de la valeur ajoutée

Upgrading des produits

En premier lieu, l'*upgrading* des produits se manifeste dans nos résultats à travers des conditions de productions améliorées au niveau socio-environnementales et une qualité de la fève de cacao et de la production supérieure au cacao conventionnel. Nos deux cas à l'étude démontrent tous deux leurs bienfaits sur ces éléments. Cela constitue une augmentation de la valeur ajoutée pour les petits producteurs.

Explorées au début de nos résultats, les certifications élaborent des normes au niveau socio-environnemental afin que les agriculteurs adoptent des pratiques sans danger pour l'environnement et pour les travailleurs. Ces normes sont une réponse à l'intérêt croissant des consommateurs vis-à-vis des conditions de production. Conséquemment, la demande est bien présente. V11, expert en cacao durable (janvier 2021) argumente que : « une coopérative qui est capable de garantir les acheteurs qu'il n'y a pas de problème, ne [va] pas seulement se faire du cacao, mais en plus un service. C'est une valeur ajoutée aux fèves ». Nous avons alors interrogé les coopératives et

personnes locales sur le terrain en ce qui concerne les conditions de production socio-environnementales après la certification. À la question « pouvez-vous me donner un exemple de ce que vous faites aujourd'hui en étant certifié que vous ne faisiez pas avant? », nous avons obtenu des réponses de l'ordre de :

> Il y a eu un impact sur l'environnement. Avant, lorsqu'il n'y avait pas la certification, la façon dont les producteurs faisaient l'agriculture était très à risque. Ils jetaient par exemple les emballages vides dans les cours d'eau, allaient faire des traitements phytosanitaires sans utiliser des équipements de protections individuels, des femmes ou des enfants qui ne sont pas sensibilisés et qui ne connaissent pas les dangers liés à tous ces éléments-là. Ils étaient livrés à eux-mêmes (représentant d'une entreprise de transformation et fabrication artisanale de chocolat SOTRACAO, novembre 2020).

> Avantage, condition du planteur change. Des enfants à risques, des enfants exposés à la non-scolarisation, après sensibilisation, après formations, on se retrouve à un taux peut-être de 80% de scolarisation des enfants (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

> Le magasin est divisé en plusieurs compartiments. Il y a un compartiment pour cacao certifié et un autre compartiment pour cacao non certifié. […] Avant, on garait les motos dans le magasin. Vous savez que le cacao a cette particularité de capter les odeurs. […] Donc nous ne stockons plus dans le magasin que du cacao. Avant, nous ne le faisions pas (V8, représentant d'une coopérative de cacao certifiée RA au Cameroun, novembre 2020).

La production du cacao certifiée est donc valorisée et apporte une plus-value. En effet, les « bonnes pratiques » parcourues plus tôt permettent à la production certifiée d'améliorer les conditions socio-environnementales de la plantation. Ajoutée à cela, la fève de cacao certifiée est souvent reconnue pour avoir une qualité supérieure au cacao conventionnel. Cela constitue donc le deuxième élément contribuant à l'augmentation de la valeur par un *upgrade* des produits. En effet, la qualité est souvent citée comme étant un avantage de la certification : « la certification garantie […] la qualité de tout ce qui est produit, que ce soit pour le cacao ou même pour les denrées vivrières » (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020). Ainsi, le cacao certifié se démarque du cacao conventionnel.

Comme les exemples ci-dessus en témoignent, Rainforest Alliance met en place des normes qui permettent l'amélioration des conditions socio-environnementales de la production de cacao. En effet, ils soulignent dans leurs rapports annuels mettre en place des actions pour la protection des travailleurs et des sols en santé. Rainforest Alliance explicite notamment que leurs producteurs affiliés ont amélioré la qualité de leurs récoltes (Rainforest-Alliance, 2015). Par exemple, un représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) rapporte que :

> Parce qu'avec la certification, il y a ce qu'on appelle l'instauration des bonnes pratiques agricoles au niveau de l'exploitation du producteur. Et ces bonnes pratiques agricoles permettent d'améliorer qualitativement et quantitativement la production du producteur (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).

Du côté de Fairtrade, V1, expert Fairtrade (novembre 2020) souligne que la certification « est censée […] promouvoir une production durable ». En effet Fairtrade précise qu'en termes de protection environnementale, les agriculteurs doivent implémenter des pratiques agricoles et environnementales qui sont sécuritaires et durables, telles que l'utilisation et la manipulation sécuritaires des pesticides, la lutte intégrée des ravageurs et l'utilisation de techniques appropriées de gestion des déchets (Fairtrade, 2010b). Fairtrade explique aussi qu'avec les formations pour améliorer les techniques agricoles et les pratiques de fermentation ainsi que le Fairtrade Premium pour investir dans des intrants, fertiliseurs, etc., ces changements mènent à une amélioration de la qualité (Fairtrade foundation, 2016). Parfois, cette amélioration se transforme même en une production organique (Fairtrade-Foundation, 2011). Par ailleurs, Fairtrade souligne encourager les agriculteurs à réinvestir au moins 25% de leur prime pour augmenter la qualité. En 2012-2013, 36% de la prime était en effet réinvesti dans l'amélioration de la productivité et qualité (Fairtrade-West-Africa, 2014).

De ce fait, les producteurs améliorent donc la qualité, mais aussi les conditions socio-environnementales de leur production, grâce aux normes élaborées et standardisées par les certifications. Les formations et la prime y contribuent grandement,

notamment par la transmission des « bonnes pratiques agricoles » et la possibilité pour les agriculteurs de réinvestir dans leur production.

Upgrading des processus

Nous observons alors une deuxième sous-catégorie de la stratégie d'*upgrading* par l'augmentation de la valeur ajoutée, soit l'optimisation des processus de production. En effet, la certification vient implémenter, comme vue précédemment, des techniques de gestion et outil (notamment pour la gestion des sols, la lutte intégrée, etc.) qui viennent booster la production :

> *« So farmers in general, it's a combination, you need to combine your best productivity, so you need good agricultural practices, you need to know how to grow more for less and use ideally you know, I mean we're not organic but ideally will you minimize your inputs so that you can maximize your profit coming out of it and that can be done through the use of organic materials and pesticides" (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).*

La meilleure gestion, en général, de la production et les connaissances des agriculteurs acquises à travers les formations viennent alors augmenter le rendement des producteurs (V3, expert Rainforest Alliance, novembre 2020). Plusieurs intervenants du secteur du cacao ont souligné l'augmentation du rendement comme étant un apport clé des certifications :

> Par exemple, quand vous prenez un producteur dans le cacao, avant qu'il ne soit dans la certification, à l'état en Côte d'Ivoire, il produisait autour de 400kg. Quand il a intégré la certification, il y a des producteurs qui se retrouvent avec la même parcelle qui passe de 400kg souvent à plus d'une tonne (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).
>
> S'il fait de bonnes pratiques agricoles, et qu'il a un bon rendement annuel, quelqu'un qui faisait peut-être 500kg avant, avec les bonnes pratiques, il va se retrouver à 800kg (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

Ainsi, RA vient optimiser en boostant leur production, à l'image de Fairtrade. En effet, ce dernier cite également quelques exemples d'amélioration de la productivité de leurs

plantations certifiées. Par exemple, ils explicitent que la productivité de certaines coopératives a augmenté de 250 kg par hectare à 650 kg (Fairtrade-Foundation, 2016).

Néanmoins, quelques répondants ont souligné un effet indésirable des certifications en ce qui concerne l'augmentation du rendement. En effet, ils ont affirmé que cela menait à la surproduction, et conséquemment, à la chute des prix du cacao sur le marché mondial. Cela est notamment dû à la volonté des certifications d'imposer l'utilisation de pesticides que certains producteurs n'utilisaient pas auparavant (V6, représentant d'une entreprise de transformation et fabrication artisanale de chocolat SOTRACAO, novembre 2020). Un représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) exprime précisément cet effet néfaste de la certification :

> La certification, elle nous impose de la surproduction à un moment donné. Ça, je le dis de façon personnelle parce que je suis un acteur du milieu, sur le terrain. La certification est la raison de la surproduction à un moment donné pour le cacao en Côte d'Ivoire. Parce que quand je vous disais que le producteur avant avait du mal à avoir 400kg, mais avec la certification, le producteur est passé quasiment à une tonne. […] Aujourd'hui, la moyenne en Côte d'Ivoire, c'est 600-700kg par hectare. Voyez, c'est presque 300 kg que s'ajoute (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).

Un des acteurs des entreprises de chocolat reconnaît cet effet indésirable dû à la volonté d'augmenter le rendement des productions pour augmenter le revenu des agriculteurs :

> *« I think sometimes we have worked rather contrary to some of these plants […]. We were working for some time in the cocoa industry a lot on farm rejuvenation and increasing the productivity like [it was] a great idea if we get them to increase the productivity, then the farm income can increase as well but at the same time so many farmers were flocking into cocoa because it's one of the most popular crops down there that we reached an over production pretty quickly which also might have contributed to the world market price decline again"* (V5, représentant d'une compagnie mondiale de chocolat, novembre 2020).

Upgrading intersectoriel

L'optimisation des processus de production se manifeste alors par les pratiques standardisées imposées et les formations. Par ces deux stratégies d'*upgrading*, les

producteurs obtiennent ainsi un produit différencié du cacao conventionnel. Cela mène alors à l'*upgrading* intersectoriel, caractérisé par la différenciation des produits. En effet, il est souvent souligné que la certification permet d'ajouter une valeur supplémentaire au cacao, dû notamment à la qualité du produit ou encore aux conditions de production énumérées ci-dessus, qui le distingue de ce qui est couramment nommé le « cacao conventionnel ». Cela permet aux agriculteurs d'être plus compétitifs sur le marché. Un transformateur local précise :

> Si je fais un chocolat conventionnel, c'est-à-dire un chocolat avec les fèves issues de l'agriculture purement conventionnel, j'aurais certes les certifications sur les normes et qualités, mais je ne serais pas compétitif sur le marché occidental (V6, représentant d'une entreprise de transformation et fabrication artisanale de chocolat SOTRACAO, novembre 2020).

Les certifications sont donc un outil obtenir un produit différencié. En effet, pour ces conditions de productions améliorées, certains consommateurs sont prêts à payer plus pour un produit qui respecte des conditions socio-environnementales plus strictes ou du moins jugées « meilleures » ou « satisfaisantes » à leurs yeux. Ce marché est d'ailleurs en pleine expansion. Ainsi, cela représente une stratégie pour vendre un cacao à un prix plus cher. Le marché durable est un marché qui offre un prix supérieur que le marché conventionnel. Qui plus est, la qualité du cacao certifié est nettement supérieure au conventionnel. Cela attire particulièrement les acheteurs, ce qui place les agriculteurs certifiés dans une position plus avantageuse. Nous reviendrons sur ce point plus tard. En somme, la certification permet d'ajouter une plus-value au cacao traditionnel et donc d'augmenter la valeur ajoutée. Néanmoins, l'augmentation du rendement de la production peut mener à une surproduction.

5.1.2. Stratégie d'*upgrading* par l'amélioration de l'accès au marché

Dans un second temps, nous identifions que les certifications sont également une stratégie d'*upgrading* par l'amélioration de l'accès au marché. Globalement, beaucoup de participants ont démontré et affirmé que l'un des principaux avantages et bénéfices

de la certification est l'accès au marché pour les agriculteurs. Un expert Fairtrade et un expert Rainforest Alliance, particulièrement, ont souligné cet aspect de la certification : « les producteurs décident d'avoir la certification parce que ça leur ouvre des marchés » (V1, expert Fairtrade, novembre 2020) ;

> *"And I think one of the really critical things that is often overlooked is it provides access to market, you know, if you look at West Africa, it provides hundreds of thousands of smallholder cocoa farmers, what certification has happened in measurable impact is how they are able to access the global market"* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

L'amélioration de l'accès au marché implique plus subtilement l'amélioration des relations horizontales et verticales. Il y a alors plusieurs éléments qui contribuent à l'amélioration de ces relations.

Relations horizontales

Tout d'abord, le mode d'organisation privilégié par les certifications, soit les coopératives, permet notamment de modifier les relations horizontales. En effet, d'un côté, un expert des politiques en durabilité argumente que les coopératives permettent de protéger les agriculteurs de la volatilité du prix du marché : *« These results showcase that indeed certifications promote the creation of groups, farmers' groups, cooperatives and that helps to you know, protect against the price volatility"* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020). Cela leur permet aussi de partager les coûts. Un expert RA explicite ainsi : *« it allows them to access more of that knowledge and implement it maybe within a group you know, do that in a smarter way to share costs."* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

Parmi les avantages qu'apporte la coopérative, nous retrouvons aussi l'accès à des crédits et des finances plus facilement. Un expert des politiques en durabilité soutient que les coopératives obtiennent des crédits ou des services de finance, car ils sont plus fiables et présentent moins de risque qu'un agriculteur seul :

> *« These financial service providers, they are keen to provide more credits and money to these cooperatives and not farmers alone because there is a minor risk when you give money to cooperatives. […] They have access to inputs as well, […] they can have organic you know fertilizers, etc."* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020).

Ainsi, les coopératives permettent l'achat et l'utilisation commune d'intrant, d'infrastructures et la commercialisation conjointe de produits, en particulier le cacao. Nos intervenants issus des coopératives ont appuyé ces dires et ont donné quelques exemples pour illustrer la modification des relations horizontales entre les producteurs :

> Donc quand tu dis qu'il faut se protéger, et bien la coopérative a un système puisque tous les planteurs ne sont pas lettrés, tous les planteurs n'ont pas les moyens d'acheter des équipements de protection, donc on met un système d'applicateurs en place par coopérative avec un service au membre (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

Fairtrade affirme également dans plusieurs de leurs rapports que la prime a permis aux agriculteurs d'investir collectivement dans leur production, aussi bien au niveau technologique qu'agricole. Ainsi, les coopératives viennent remodeler les relations horizontales des producteurs de cacao. Cela est considéré être une stratégie pour améliorer l'accès au marché. Nous verrons postérieurement comment cela se traduit dans les relations de pouvoir. Désormais, nous regardons de plus près les relations verticales, toujours dans l'objectif d'*upgrade* par l'amélioration de l'accès au marché.

Relations verticales

Les relations verticales dans cette stratégie d'*upgrading* consistent à participer au bon canal pour le bon marché. Les certifications permettent d'instaurer plus de confiance (V3, expert Rainforest Alliance, novembre 2020) entre les producteurs et les acheteurs due en partie à la qualité de leur cacao. Cela facilite ainsi leur accès au marché : *« that results embedded quality you know so when results in better quality, buyers are, they will trust you and they will buy to you for a long time"* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020). Dans ce sens, lors de la conférence C1, il est expliqué qu'il y a un intérêt pour les certifications durables comme étant un outil facilitant les pays en développement

à avoir accès au marché mondial, stimuler les dialogues entre les différents acteurs et élever les capacités des producteurs.

De plus, une des stratégies pour participer au bon marché est de diversifier les marchés auxquels les producteurs participent. Nous constatons alors deux phénomènes dans les certifications. En premier lieu, la double certification est une stratégie pour profiter de divers marchés qui peuvent être similaires dans leurs critères d'accès. Par exemple, la coopérative Kuapa Kokoo au Ghana est certifiée Fairtrade et Rainforest Alliance (et UTZ avant la fusion)(Kuapa-Kokoo-Farmers-Union, 2021). Cela permet à la coopérative de participer à plusieurs marchés (le marché Fairtrade, le marché Rainforest Alliance, etc.) et ainsi de varier leurs ventes, en étant moins dépendant des fluctuations de la demande de ces marchés.

Également, pour participer à plusieurs marchés, il existe d'autres formes de diversification possible. La diversification peut provenir par la production d'autres denrées qui nécessite une plus petite parcelle de terre et/ou une autre activité économique facilement réalisable pour un producteur :

> *« Should you diversify not only on farm, […] you're looking at diversification around how much of your farm should you have cocoa on, how much would be the food crops, how much maybe local market crops that you can sell, what combination of cash crops do you have"* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).
>
> "*You grow for instance cocoa for exports and other fruits and vegetables for local markets you know"* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020).

Cependant, la diversification n'est pas une activité ou stratégie directement implémentée par les schémas de certifications. Néanmoins, les enseignements de la certification sont orientés pour que les agriculteurs deviennent résilients, et la diversification des sources de revenus en fait partie. Aujourd'hui, on parle de plus en plus de diversifier les revenus et les marchés auxquels les producteurs participent en diversifiant l'utilisation du cacao. Lors de l'évènement annuel de l'industrie du chocolat (Chocoa), une conférence a été dédiée pour repenser la diversification. Ce qui a été soutenu est que la diversification devrait désormais se faire avec le cacao même et non

un autre produit ou une autre activité (C10). Il existe des opportunités pour les producteurs avec le cacao, par exemple la production de produits cosmétiques à base de cacao, ou encore des boissons à base de cacao et des emballages biodégradable. Ces tendances de diversifications ouvrent différents marchés aux producteurs.

5.1.3. Stratégie d'*upgrading* grâce à de meilleures structures de gouvernance de la chaîne de valeur

Dans nos résultats, nous identifions une dernière forme d'*upgrade*, soit l'*upgrading* grâce à de meilleures structures de gouvernance de la chaîne de valeur. Nous avons déjà relevé que les coopératives sont une forme de collaboration horizontale qui vient modifier la gouvernance de tout un secteur, ici le secteur du cacao. Pour rappel, cette forme d'organisation permet de réunir les ressources de chacun et d'investir collectivement dans les intrants nécessaires à la production, mais aussi leurs utilisations. Les producteurs profitent alors de services mis en place par la coopérative qui les délègue de certaines tâches, et qui sont surtout réalisés de manière professionnelle et sécuritaire. Les coopératives permettent également de profiter d'un groupe pour partager les coûts, avoir plus facilement accès à des crédits et des services de finances grâce à la réduction des risques qu'elles apportent et enfin, de vendre ensemble leurs produits. Il est notable que les coopératives aient la capacité de mieux négocier les prix de vente que chaque agriculteur individuellement, bénéficiant de l'effet de groupe : *« They have more bargaining power so when they're in cooperative types they are capable of asking for better prices, better negotiate"* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020).

L'organisation des producteurs en coopérative réorganise tout un secteur et vient le professionnaliser en forme de petites entreprises collaboratives. Elles se présentent comme un réel soutien pour les agriculteurs. Par ailleurs, ces coopératives certifiées permettent de créer des relations de longue durée avec les acheteurs, notamment à travers des contrats :

> Les programmes de certifications ont permis par exemple de créer des liens de fidélité entre les relations commerciales […]. Aujourd'hui, vous allez trouver la plupart des coopératives qui font la certification sont liés à des exportateurs. Donc il y a des contrats bien signé, bien défini entre les exportateurs et les coopératives (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).

En conclusion, les coopératives viennent modifier la structure de gouvernance du secteur du cacao et par conséquent de la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat. Néanmoins, nous pouvons nous interroger si cette stratégie d'*upgrading* est toujours présente avec RA, puisqu'ils certifient parfois des agriculteurs individuellement (la coopérative n'étant pas un prérequis). Cela explique aussi peut-être la raison pour laquelle les acheteurs regroupent les agriculteurs en coopérative malgré tout. Nous allons désormais explorer les changements de la coordination de la chaîne.

5.2. Modification de la coordination

Nous traitons ici de nos résultats concernant l'implication des certifications dans la transparence de la CVM. Nous discutons d'abord des éléments de modification de la coordination de la chaîne, pour terminer avec la notion de transparence et son impact dans la chaîne de valeur. Les stratégies utilisées par les certifications étant similaires, nos résultats démontrent des éléments de modification similaire.

5.2.1. Relations longues durées

Comme vu précédemment, les contrats et les coopératives, respectivement comme mode d'échange commercial et mode d'organisation, viennent modifier la coordination. En effet, auparavant, le cacao était acheté seulement sur les marchés des bourses mondiales et les agriculteurs vendaient leurs quelques kilos de cacao produit par an, par eux-mêmes dans un marché local. Ces contrats découlent ainsi directement des stratégies et actions mises en place par les programmes de certification. En effet, dû à la qualité du cacao, au produit différencié qu'est la fève certifiée et à son prix supérieur, les acheteurs vont signer des contrats de longue durée. Les agriculteurs vont ainsi vendre

leurs récoltes avant la saison et pouvoir planifier sur plusieurs années : « aujourd'hui, il y a certaines normes qui nous permettent de nous fidéliser à certains partenaires. Donc l'acheteur est contraint par exemple à signer un contrat de 2 ans » (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020). Un représentant d'une coopérative certifiée RA élabore sur le fait que cela permet de créer une chaîne de stabilisation tout au long de la chaîne de valeur :

> Il y a des contrats bien signé, voilà bien défini entre les exportateurs et les coopératives. Et les exportateurs ont bien des contrats bien définis avec des chocolatiers et ainsi de suite. Donc ça permet enfaîte de créer une chaîne de stabilisation dans les relations commerciales entre les différents acteurs (V8, représentant d'une coopérative de cacao certifiée RA au Cameroun, novembre 2020).

Au-delà de la stabilité, ces contrats permettent de planifier la production et d'assurer une certaine sécurité sur plusieurs années :

> « You see much longer-term relationship building and that helps support. 2020 is the perfect year to show this, when something so unexpected happens, if you have long-term relationships with your buyers, you're much more able to work around that » (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

De même, Fairtrade indique clairement faire la promotion de ces relations commerciales à long terme (Fairtrade-Foundation, 2011), et cela, dans de nombreux rapports. Ainsi, les contrats viennent modifier la coordination de la chaîne actuelle. Les contrats constituent des relations plus administrées. Ils viennent alors modifier les relations verticales de la chaîne entre les acteurs, notamment les deux premiers maillons de la chaîne : les producteurs et les acheteurs. Cependant, ces contrats sont limités. En effet, ils ne couvrent pas l'entièreté de la production des agriculteurs. Précisément, les contrats couvrent seulement une petite partie : « ce contrat-là, à l'intérieur comme je l'ai dit, c'est pas facile pour un volume d'une tonne par exemple, il va te donner un contrat de 200kg » (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020). RA affirme alors que la majorité des producteurs de cacao produisent 100% certifié, mais qu'ils ne vendent pas 100% de leur production en certifié (V2, expert

Rainforest Alliance, novembre 2020). Fairtrade confirme aussi qu'« un producteur [certifié], il vend une partie de sa production sous les conditions Fairtrade et une partie de sa production aux conditions normales » (V1, expert Fairtrade, novembre 2020).

Ainsi, le marché du cacao durable est souvent cité comme insuffisant pour absorber tout le cacao certifié produit. Cela handicape alors les agriculteurs qui doivent porter les coûts de la certification et les coûts de production « durable » sans vendre leur cacao plus cher ni même recevoir de prime :

> Imaginez-vous quand je parle de prime, c'est de pouvoir trouver un acheteur pour acheter ce produit-là. Parce que ce produit n'a plus la même qualité, les mêmes normes que le produit conventionnel. Et donc, il est difficile aujourd'hui de trouver des marchés pour les petits producteurs. Les marchés sont limités. Et donc nous quand on met tout ce programme-là en place, et à la fin on ne peut pas vendre le produit… c'est vrai qu'il y a des avantages en nature, mais il y a aussi la prime qu'il faut reverser pour aider, pour pouvoir financer tout ce programme d'activité là (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

5.2.2. Spécifications des conditions de productions, coûts de changements et opérations

De plus, avec les certifications, les conditions de production ne sont plus spécifiées par les maillons forts de la chaîne, comme les marques de chocolat ou les grands manufacturiers de chocolat, ni par l'acheteur, mais par un organisme tiers à l'industrie : les organismes de certification. Cela vient modifier les conditions de production dans le secteur du cacao, mais aussi dans le reste de la chaîne, car les schémas de certification maintiennent un standard tout au long de la chaîne (*chain of custody*) avec des exigences précisent.

En ce qui concerne les coûts de changements, la coordination de la chaîne n'a pas tellement changé. En effet, du côté des entreprises, il est argumenté que ces dernières peuvent changer d'un fournisseur à un autre assez facilement : *« I don't think it's a good thing because these companies can easily change you know, change from one provider to another"* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020). En effet, les fèves

certifiées sont faciles à trouver, comme l'affirme un représentant d'une coopérative certifiée RA. Néanmoins, comme susmentionné, il reste difficile pour les petits producteurs de trouver des contrats pour leur production certifiée.

> Les fèves certifiées, tout le monde trouvent les fèves certifiées, mais seulement c'est eux qui tirent les bénéfices, c'est les vendeurs qui tirent les bénéfices, mais pas le producteur. Parce qu'en achetant les fèves certifiées, ils ont plus de débouchées (V8, représentant d'une coopérative de cacao certifiée RA au Cameroun, novembre 2020).

Conséquemment, ce ne sont pas les coopératives ni les producteurs qui bénéficient des fèves certifiées, mais plutôt les commerçants, qui peuvent obtiennent de plus grandes opportunités. Les entreprises n'ont pas plus de difficulté non plus.

Au niveau des opérations, un expert RA souligne qu'avec les programmes de certifications, les entreprises doivent parfois ajuster leurs opérations et ainsi effectuer de nouveaux investissements (V3, expert Rainforest Alliance, novembre 2020). Un représentant d'une compagnie de chocolat, rapporte que : *« with the stuff that is all quite a challenge for a company that's not a sustainability service provider you know »* (V5, représentant d'une compagnie de chocolat, novembre 2020).

Nous pouvons relever quelques exemples de changements de produits chez certaines marques de chocolat, par exemple 4 bars kit-kat ont basculé Fairtrade en janvier 2010 (Fairtrade-Foundation, 2011). Ces opérations ont donc dû être ajustées et des coûts additionnels ont été perçus. L'un des coûts les plus faciles à détecter sont les frais de la certification que les entreprises, importatrices, exportatrices, manufacturières doivent payer annuellement : il y a un coût fixe plus un coût en fonction de la taille et de la position que l'entreprise occupe dans la chaîne de valeur (Fairtrade-West-Africa, 2014). Par ailleurs, la méthode d'approvisionnement par *mass balance* explorée plus tôt dans nos résultats est une stratégie des certifications pour abaisser les coûts des entreprises. En effet, cela leur permet d'avoir la possibilité de s'approvisionner du cacao certifié sans avoir à créer une chaîne séparée, qui engendre plus de coûts. Rainforest Alliance précise notamment que cela rend la durabilité plus abordable (Rainforest-Alliance, 2020d).

5.2.3. Compétences des fournisseurs

Concernant la modification de la coordination, il est pertinent de souligner que le niveau de compétence des fournisseurs, ici des producteurs de cacao, a grandement augmenté avec la certification. Précisément, les agriculteurs ressortent de la certification « professionnalisée », avec des outils et techniques de gestion précis. De nombreux exemples ont déjà été cités à travers nos résultats. Pour appuyer ce point, un représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) raconte que « la certification a permis un changement de comportement au niveau des producteurs » (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020). Rainforest Alliance et Fairtrade citent tous deux dans leur rapport les multiples compétences acquises par les agriculteurs grâce aux programmes de certifications. Ces compétences sont notamment au niveau de la gestion de la biodiversité, de la ferme, des finances, etc.

5.2.4. Information et transparence

Complexité et codification de l'information

Au niveau de la complexité de l'information entre les acteurs de la chaîne, les schémas de certification encouragent une gouvernance plus transparente entre les divers maillons de la chaîne. Plus particulièrement, le travail des organismes de certifications vient travailler à deux niveaux : au niveau des agriculteurs, en leur fournissant à travers les formations, les connaissances et informations nécessaires à l'amélioration du secteur du cacao, de leur position, mais aussi du fonctionnement de la chaîne ; et de l'autre côté, au niveau des entreprises, en les obligeant à être transparent sur leurs pratiques et responsable des problèmes socio-environnementaux de la chaîne.

Fairtrade s'assure notamment que les pratiques commerciales le long de la chaîne permettent aux producteurs de prospérer, en remédiant au manque de transparence dans la chaîne (Fairtrade-International, 2016). Également, dans leur rapport annuel de 2008-2009, Fairtrade (2009) souligne qu'élaborer un standard générique pour tous les commerçants permet de s'assurer de la transparence des pratiques à travers le secteur. Rainforest Alliance affirme aussi que leur nouveau système de certification en 2018 a été conçu pour inciter le flux continuel d'informations dans la chaîne (Rainforest-Alliance, 2018).

Par ailleurs, avec la certification, les informations destinées à la production sont rendues apparentes, contrairement à la production conventionnelle de cacao. En effet, les programmes de certifications mettent en place des critères et des pratiques qui sont transmises notamment par les formations. Ces activités de formations viennent réellement modifier la production des agriculteurs de cacao. Un représentant d'une coopérative certifiée appuie qu'avec la certification, « le niveau de formations qu'ils ont [les agriculteurs], le niveau de sensibilisation qu'ils ont » est important (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020). Un expert RA souligne également:

> *« I think an important one is it does provide them with access to knowledge and training and information. It's really critical, it allows them to implement more sustainable farming methods »* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

Le rôle des données

Qui plus est, les outils mis en place pour assurer la conformité permettent d'acquérir une transparence plus accrue au sein de la chaîne. Au niveau des coopératives, nos intervenants citent notamment la mise en place et l'utilisation des programmes de suivi des ménages avec le nombre d'enfants, des registres de gestion des revenus, dépenses des agriculteurs, mais aussi des activités de suivi des membres. Par exemple, le représentant d'une coopérative certifiée explicite que :

> Chaque producteur a par exemple un registre de gestion de ses revenus et de ses dépenses. Donc ça nous permet de ressortir, en fonction de la taille de l'exploitation, en fonction de la nature de ses revenus, de la taille de son ménage, des personnes qui l'a en charge… Ça nous permet de voir un peu, comment on peut dire ça, la qualité des gestions que le producteur fait et de son revenu quotidien quoi. On va le rapporter en conseil, quelle activité tu fais (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).

Les données récupérées augmentent donc le taux d'informations qui circulent au sein de la chaîne et ces données numériques représentent des éléments concrets sur lesquels se baser pour pouvoir prendre des actions. Lors de la conférence C8, data is king, il est précisé que les données permettent de fournir le bon support là où c'est nécessaire, réduire le travail des enfants, apprendre et s'améliorer continuellement ainsi qu'améliorer la responsabilité et la transparence au sein de la chaîne. Les programmes de certification exploitent ainsi les données pour accroître la transparence des chaînes :

> Maintenant, on fait des récences par géosatellite pour bien mettre en carte toute ferme qui participe dans une coopérative et compter les arbres cacaoyères. Ils savent quelle est la production probable par arbre et ils construisent une histoire de chiffres de production annuels dans le temps et c'est comme ça que c'est de plus en plus possible de contrôler ce qui va dans le tuyau, qui est la chaîne d'approvisionnement (V11, expert en cacao durable, janvier 2021).

Conséquemment, les données sont précieuses pour prendre des actions ciblées face aux problèmes récurrents de la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat. Aujourd'hui, RA et Fairtrade abordent d'ailleurs une nouvelle approche basée sur des données pour résoudre la pauvreté systémique des producteurs de cacao, soit l'approche du revenu vital. Le revenu vital n'est pas un concept nouveau, mais un nouvel outil a été récemment développé et est adopté par les organismes de certifications : l'indicateur du revenu vital (living income benchmark). Cet indicateur permet notamment de voir l'écart de revenu entre le revenu vital calculé et le revenu actuel d'un producteur (voir l'annexe 10 pour le modèle). Cette nouvelle approche créée grâce aux données récoltées offre une nouvelle perspective pour atteindre les objectifs visés par les organismes de certification. Rainforest Alliance précise que les données collectées permettent de partager la réalité

des agriculteurs avec les autres acteurs de la chaîne afin qu'ils comprennent mieux les enjeux et développent des stratégies pour y remédier (C2).

La digitalisation : une nouvelle opportunité

Enfin, la digitalisation se présente comme une opportunité pour atteindre plus de transparence à travers la chaîne de valeur. En effet, elle permet notamment de récolter plus de données avec une plus grande exactitude. Au lieu de récolter des données postérieures, la digitalisation permet de récolter les données à l'instant même, accélérant ainsi le flux d'information dans la chaîne. Plus particulièrement, les agriculteurs sont les plus aptes à transmettre des données adéquates : *« farmers, they know what is happening in the fields. They can give accurate data if they have the technology*" (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020).

Fairtrade annonce clairement utiliser des outils technologiques pour améliorer la collaboration. Par exemple, ils ont développé une nouvelle base de données appelée FairInsight, qui permet aux organisations membres d'avoir des données sur le marché et les producteurs plus rapidement et supporter les activités avec les partenaires commerciaux (Fairtrade-International, 2020). De son côté, Rainforest Alliance a également commencé à utiliser le digital avec une initiative nommée FarmGrow qui utilise la technologie mobile. Cette initiative permet de rassembler des experts agricoles avec des agriculteurs, des commerçants et des manufacturer pour créer un plan sur 7 ans, disponible sur les téléphones mobiles (Rainforest-Alliance, 2019a). Ils précisent que les auditeurs utiliseront une nouvelle technologie d'imagerie satellite afin de récolter des données difficiles à percevoir dans une seule visite.

Limite des données

Cependant, bien que la transparence modifie la coordination de la chaîne, elle n'est pas d'emblée synonyme d'équité dans la chaîne. En effet, bien que la transparence aujourd'hui soit considérée comme étant capable de transformer la durabilité des chaînes

de valeur agricole, il est possible qu'elle reste en faveur des entreprises « chef de « file » et qu'elle ne travaille pas à rééquilibrer les inégalités, mais plutôt les accentuer. Cela peut venir renforcer le niveau de surveillance des entreprises et de contrôle sur les réseaux de producteur, notamment par l'accumulation de données :

> Quand vous faites à la fois de la labellisation du développement durable […] vous arrivez à avoir un niveau d'informations sur vos paysans et sur vos producteurs qui pose des problèmes en termes de données personnelles (V9, expert en cacao, décembre 2020).

Outre cette transparence qui peut s'avérer négative, elle est également dans un sens, impossible à atteindre, car lorsque les régulations publiques comme la RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données du Parlement européen) voient la quantité d'informations récoltées, les données sont rendues inexploitables, car jugées dangereuses (ou du moins sujettes à des dérives) pour le bien-être des propriétaires de ces données, dans notre cas, les producteurs de cacao.

> Donc on a collecté des données, et les gens qui ont des exigences de traçabilité, quand on s'aperçoit le degré d'information que l'on a et bien tout d'un coup, on est confronté effectivement à ces règlements de RGPD. D'un côté, les gens veulent une traçabilité parfaite, de l'autre côté quand vous leur dîtes toutes les données que j'ai, et bien ils ne peuvent pas les exploiter (V9, expert en cacao, décembre 2020).

Pour conclure, Fairtrade et RA tentent à travers leur standard respectif de mettre en place plus de transparence à travers la chaîne. Nous constatons qu'aujourd'hui, un dialogue a été ouvert entre les divers acteurs de la chaîne grâce aux certifications. Il apparaît que les acteurs du « haut de la chaîne », tel que les entreprises ou encore les consommateurs possèdent plus de connaissances sur la réalité des producteurs. De l'autre côté de la chaîne, les producteurs reçoivent également bien plus d'information qu'auparavant, notamment à travers les formations. La transparence a donc augmenté, bien qu'elle ne soit pas parfaite. Les schémas de certification continuent d'évoluer dans cette direction. Néanmoins, ce but est rapidement limité par les régulations publiques, rendant obsolète l'utilisation d'une partie des données récoltées. Ainsi, il existe une limite

à une transparence trop accrue. Il est à noter que l'efficacité des entreprises reste inchangée. La coordination de la chaîne n'a donc pas tant changé, malgré le remaniement du secteur se situant en bas de la chaîne. Nous notons tout de même que certains éléments viennent modifier cette coordination. Il reste à voir si ce changement permet de modifier les dynamiques de pouvoir afin d'atteindre plus d'équité ou non. C'est ce sur quoi nous nous attellerons dans la prochaine partie.

5.3. Modification des relations de pouvoir

Avec les schémas des certifications et les stratégies que l'on a explorées antérieurement, nous regardons de plus près les implications des certifications dans la modification des relations de pouvoir. En effet, nos résultats indiquent que certaines caractéristiques et actions des certifications viennent changer les dynamiques existantes tout au long de la chaîne et particulièrement dans le secteur du cacao. Nous passons alors en revue les acteurs de la chaîne de l'industrie du chocolat les plus impactés.

5.3.1. Haut de la chaîne de valeur

Consommateur

Nos résultats indiquent qu'en haut de la chaîne, les consommateurs ont un pouvoir décisionnaire qui se transmet tout au long de la chaîne, jusqu'aux opportunités offertes, ou non, aux agriculteurs. En effet, la demande est une caractéristique essentielle au commerce. Malgré le travail des certifications au niveau des mécanismes de marché, notamment au niveau du prix, du système de prime et des contrats, les certifications et les agriculteurs dépendent toujours de la demande des consommateurs. Les experts de nos deux certifications affirment que les consommateurs ont un rôle important à jouer :

> C'est tout-là les défis. C'est la demande du consommateur et l'acceptabilité de payer pour les prix qu'il faut. […] Les plantations, elles ne peuvent pas payer un salaire vital à tous ses salariés parce que sinon elles n'arrivent pas à vendre au prix qu'il faut donc tout ça finalement, ça se repose sur le prix que le consommateur veut payer (V1, expert Fairtrade, novembre 2020).

Ces derniers exercent alors un fort pouvoir dans la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle Fairtrade et RA font un grand travail au niveau de la promotion de leur *label* et de la sensibilisation des consommateurs à payer le prix « juste » pour leurs produits. Ils tentent ainsi d'élargir le marché disponible aux producteurs de cacao. Un expert RA rapporte que :

> *« The connection to the consumer is critical because it allows to value through the supply chain, to correct imbalances in the system which are endemic and really you know allow us to tackle some of these grassroot cause » (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).*

Cependant, le marché durable est encore insuffisant. Cela est une limite majeure soulignée par la quasi-totalité de nos intervenants, que ce soit du côté des entreprises, des coopératives ou des certificateurs. Même si la certification apporte des avantages considérables aux coopératives, la demande est trop faible. Ils doivent tout de même assurer les coûts d'une production durable qui est plus élevée, sans pouvoir autant vendre leur cacao dans le marché durable. Ils vendent alors en conventionnel.

Détaillant

Les commerçants occupent également une position avantageuse dans la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat. En effet, ils ont le pouvoir de décider, en cohésion avec la demande des consommateurs, quel produit mettre en étagère et aussi, à quel prix. Fairtrade souligne que le pouvoir des commerces de détail à déterminer le prix final du produit ne peut pas être ignoré (Fairtrade-Foundation, 2016).

Lors de la conférence C9, les intervenants ont spécifié que les commerces de détail ont le pouvoir d'imposer la durabilité sur tous les produits qui sont mis en rayon des magasins, car ils ont tout d'abord, une grande exposition aux consommateurs. Il est donc facile pour eux de transmettre les conditions liées au travail des enfants, aux droits des hommes, au devoir de vigilance, etc. Par ailleurs, étant un secteur très sensible aux critiques, il est donc plus judicieux qu'ils participent à la conception et à l'implémentation afin de réduire leur risque. C'est aussi un secteur très compétitif, ainsi lorsque l'on arrive à avoir un

détaillant, les autres vont suivre plus facilement. Au Royaume-Uni par exemple, les 4 plus grands détaillants possèdent 73% du marché (Fairtrade-Foundation, 2016).

Ainsi, les commerces de détail possèdent un pouvoir décisionnaire et d'influence à travers la chaîne. Par exemple, Marks and Spencer (Royaume-Uni) ont adopté la marque Fairtrade depuis 2004 (Fairtrade, 2006). Ils affichent aussi clairement sur le site internet être affiliés et mettre en vente des produits Fairtrade. Plus encore, ils commercialisent en boutique seulement du thé et du café Fairtrade (Mark&Spencer, 2021). Néanmoins, les commerces de détail bénéficient d'une large part de la valeur d'une barre de chocolat, soit environ 35%, tandis que les producteurs reçoivent environ 6% de la valeur d'une barre de chocolat. L'ICCO estime même que la part des agriculteurs s'élève de 3 à 5% (Fairtrade-Foundation, 2016).

Compagnie de chocolat

Bien qu'elles viennent modifier certaines opérations des entreprises, les certifications n'ont pas l'air de modifier leur forte position dans la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat. En effet, les certifications représentent pour les entreprises, une politique de RSE qui leur permet de réduire leurs risques notamment liés à leur réputation vis-vis des problèmes socio-environnementaux de la chaîne. Un expert Rainforest Alliance (novembre 2020) précise que les entreprises s'engagent envers la durabilité parce que cela contribue à leur politique interne de RSE. Ainsi, en vue des pressions des ONG, des gouvernements et des médias qu'ils subissent, ils assurent leur entreprise sur du long terme en s'engageant.

Dans ce même ordre d'idée, les certifications de durabilité représentent un marché dans lequel s'implémenter et conséquemment une stratégie marketing. Les experts de RA et Fairtrade soutiennent le même point : les certifications apportent de la valeur aux entreprises. En effet, en fonction des préférences des consommateurs, les entreprises décident quelle certification ou quel aspect de la durabilité ils vont mettre en avant sur leurs emballages : « tu dois choisir ce que tu veux mettre en avant, mais ça c'est

la compagnie qui décide après » (V1, expert Fairtrade, novembre 2020). Ces entreprises mettent alors en avant ce qui représente le plus de « valeur » selon eux :

> *« So, as a farmer, you produced the standard, you're assured against it, […] you can buy that cocoa, you can use it in a Mars bar, and you can use the seal that says to consumers how it produced and that means value to Mars »* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

5.3.2. Bas de la chaîne : le secteur du cacao

Revalorisation de la position des producteurs

En termes de pouvoir, nos résultats indiquent que les producteurs de cacao possèdent un plus grand pouvoir de négociation avec les certifications. Cela leur permet notamment de demander pour de meilleurs prix :

> *"They have more bargaining power so when they're in cooperative types, they are capable of asking for better prices, better negotiate so that's one of the main, let's say, benefits from being in a cooperative right"* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020).

En effet, le fait d'être organisé en coopératives pour la plupart des producteurs certifiés leur donne une voix plus grande : *« it is allowing farmers to amplify their voices with decision makers and that mean decision makers within the supply chain who are really important."* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

Qui plus est, les certifications permettent aux coopératives d'être plus visible dans la chaîne de valeur (V3, expert Rainforest Alliance, novembre 2020). En effet, les autres acteurs de la chaîne accordent aujourd'hui plus d'importance au maillon faible de la chaîne et la valeur ajoutée des coopératives certifiées leur permet d'être plus rapidement repérés par ces acteurs.

> Aujourd'hui, ça permet aux coopératives d'avoir une image bien plus importante auprès de ces chocolatiers-là. On a reçu par exemple la visite d'un chocolatier partenaire […] qui est venir pour voir ce que l'on fait. Il a vu les réalisations communautaires, les écoles. Il nous a appuyé sur certaines activités encore, il a vu effectivement que tout ce qu'on était en train de dire, c'était quelque chose de réel

> (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

Outre ce pouvoir de négociation et cette visibilité, les certifications permettent également de bâtir des relations de confiance entre les producteurs et les acheteurs : *« when that results in better quality, [buyers] they will trust you and they will buy to you for a long time »* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020). Un expert Rainforest Alliance (novembre 2020) soutient ce point.

Empowerment

À travers nos résultats, nous avons déjà pu constater quelques évidences d'*empowerment.* Particulièrement, les améliorations économiques susmentionnées constituent un *empowerment* économique des agriculteurs. En effet, les « bonnes pratiques » agricoles viennent booster le rendement des productions. Également, les aides financières mises en place par les certifications comme la prime ou encore les préfinancements permettent aux agriculteurs d'avoir une meilleure situation financière.

De plus, nos résultats indiquent un *empowerment* au niveau social et familial. En premier lieu, nous constatons du côté de Fairtrade que la prise de décision collective permet de développer un esprit d'équipe et des qualités de leadership. Ainsi, laisser les agriculteurs décider la manière dont ils répartissent et utilisent la prime reçue laisse penser à une forme d'*empowerment* familial et social :

> T'as plein d'histoires que des coopératives ou que des travailleurs ont construit une école, un hôpital, des choses que le gouvernement ne fournit pas et puis là ça bénéfice à toute la collectivité. Mais tout ça, ça dépend de cas par cas, c'est les travailleurs et les producteurs qui décident comment utiliser cette prime, ce n'est pas nous (V1, expert Fairtrade, novembre 2020).

Rainforest Alliance laisse également libre choix aux coopératives et individus certifiés la manière d'utiliser les primes. Ils ont actuellement moins de critères sur cela, laissant probablement plus de liberté aux agriculteurs. Fairtrade approuve tout de même le plan d'utilisation de la prime.

Par ailleurs, le développement des liens sociaux au sein de la coopérative permet aux agriculteurs de s'*empower* : *"cooperative actually provide a safety net and they provide the interactions with other farmers*" (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020). Dans ce sens, cela permet le développement d'un réseau qui éventuellement permet aux membres de la communauté de s'entraider :

> On a lancé des projets d'appui communautaires au niveau des femmes. On les a regroupés en des associations, et par exemple, elles ont développé des projets de maraîchers par exemple, et elles ont été financées et à la fin, elles ont eu des revenus qui leur ont permis d'eux aussi financer d'autres communautés de femmes (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

Ainsi, les femmes bénéficient également des projets menés par les coopératives. Cela peut leur permettre de s'*empower.* Par exemple, un représentant d'une coopérative certifiée exprime qu'elles deviennent économiquement plus libres :

> Parce que le planteur, c'est vrai qu'il est le chef de famille, mais aujourd'hui Madame, je prends des exemples, elle peut l'aider à acheter les cubes Maggi, les boîtes d'allumettes pour compenser un peu les dépenses. Elle n'a pas besoin d'à tout moment demander à son mari, ça la rend un peu autonome (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

Enfin, nos résultats indiquent un *empowerment* des connaissances et un *empowerment* psychologique. En effet, deux des trois intervenants des coopératives ont exprimé un sentiment de confiance, une meilleure estime de soi et de la reconnaissance vis-à-vis des autres membres de la communauté.

> Quand je passe dans une localité, je suis bien vu. Je suis comme un sauveur. Par exemple ce monsieur, il m'a dit de ne pas faire ça sinon je risque la mort du coup je deviens sauveur, je suis bien vu et j'ai de l'importance aux yeux de ces membres-là. 1522 membres, quand tu arrives puis on sent que tu les as aidés à changer (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

> Quand je me présente comme étant responsable de Mbanga Sud […] déjà on me prend au sérieux. On m'écoute attentivement ce que j'ai à dire. Parce qu'on sait qu'à travers la certification, j'ai acquis une expérience et une expertise. Ce qui fait en sorte que certains, ils veulent rentrer dans la certification, [ils] sollicitent nos services soit [ils] viennent au siège. On nous invite à leurs assemblées générales pour que nous puissions leur rapporter notre expérience dans notre expertise dans la certification

> (V8, représentant d'une coopérative de cacao certifiée RA au Cameroun, novembre 2020).

Ainsi, nous remarquons cet *empowerment* vis-à-vis de la prise de confiance et de l'estime de l'individu par rapport à sa propre personne. Cela se base notamment sur les connaissances qu'ils ont acquises dans la certification. Également, cela leur permet de développer leurs contacts institutionnels. Ils partagent les connaissances acquises avec des communautés voisines. Néanmoins, ces formes d'*empowerment* ne proviennent pas des agriculteurs mêmes, mais des personnes à poste de responsabilité dans la coopérative.

D'ailleurs, à la question « est-ce que les agriculteurs peuvent proposer des nouvelles manières de produire, proposer des projets ou interagir avec la direction ? », nous avons obtenu comme réponse : « oui ça arrive, mais c'est pas des initiatives qui sont nombreuses. Ça arrive mais c'est pas assez. C'est des petits cas, c'est des cas isolés » (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020). Également, il est possible que l'*empowerment* se situe plus au niveau de la coopérative que de l'agriculteur lui-même. En effet, les résultats nous laissent penser parfois que les coopératives sont contraignantes pour l'*empowerment* des agriculteurs. Comme l'exemplifie un représentant de coopérative, le modèle coopératif agit comme une barrière.

> L'un des désavantages aussi, c'est que le producteur comme chez nous, il est petit, l'exploitant est petit, il exploite de petites superficies. Donc il n'arrive pas à aller négocier eux-mêmes comment on appelle ça, les prix sur le marché. […] Ils sont contraints de se soumettre aux décisions d'un groupe. Voilà, c'est ce que la coopérative a pu négocier avec son exportateur, ou peut-être ce que l'exportateur propose à la coopérative, ce que le producteur reçoit (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).

Conséquemment, il est difficile de conclure si nos certifications à l'étude permettent l'*empowerment* ou non des producteurs certifiés. En effet, en premier lieu, cela provient du fait que nous n'avons pas pu parler directement à un producteur. Ainsi, nous ne pouvons pas conclure qu'il y a *empowerment*, puisque nos résultats proviennent

d'autres acteurs de la chaîne, notamment des coopératives. Également, certaines améliorations ne sont pas synonymes d'*empowerment*, puisque l'*empowerment* est un processus complexe. Ainsi, bien que le terme *empowerment* fait partie intégrante du discours officiel des deux certifications, nous ne pouvons pas conclure que les certifications permettent l'*empowerment* des producteurs. Néanmoins, nos résultats ont indiqué quelques pistes qu'il est tout de même pertinent de prendre compte.

5.4. Impacts dans l'équité de la chaîne

Nous parcourons en premier lieu nos résultats qui laissent penser que les certifications permettent bel et bien l'obtention de plus d'équité. Puis, nous concluons en exposant les barrières des certifications à l'équité.

5.4.1. Améliorations économiques et sociales

En premier lieu, nous constatons que les certifications permettent une amélioration économique des agriculteurs. En effet, les experts des certifications et des politiques en durabilité ont affirmé que les activités tenues par les certifications et le prix supérieur payé pour les fèves certifiées apportent des bénéfices économiques. Un expert des politiques en durabilité explicite :

> "Standards can really influence positively on the economic benefits for farmers. […] We believe that other activities (than price interventions) that the standards provide can really influence positively on the benefits for farmers" (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020).

En effet, les activités tenues par les certifications, notamment les formations délivrées aux agriculteurs par rapport « aux bonnes pratiques agricoles » et les mécanismes de prix et de marché utilisés (les contrats, primes, etc.), semblent être bénéfiques dans le rendement de leur production. Ces éléments permettent ainsi aux producteurs d'augmenter leurs revenus : « ça accroît considérablement son rendement. Et évidemment, ça joue sur son revenu » explicite V10, représentant d'une coopérative de

cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire (décembre 2020). Également, un représentant d'une coopérative de cacao certifiée RA au Cameroun, souligne également : « Avec le respect des bonnes pratiques qui vient un peu booster la production, ça nous permet de vivre, de vivre et d'envoyer nos enfants à l'école » (V8, représentant d'une coopérative de cacao certifiée RA au Cameroun, novembre 2020). La certification Rainforest Alliance permet ainsi d'améliorer économiquement la vie de ces producteurs. De son côté, Fairtrade souligne par exemple que 31% de l'utilisation des primes ont été directement payés en comptant aux agriculteurs (Fairtrade-Foundation, 2016).

Au-delà des améliorations économiques, les **améliorations sociales** grâce aux certifications sont les plus notables. Nous donnons alors priorité aux discours des individus locaux, témoins des améliorations et des changements liés à l'implémentation des certifications dans leur quotidien.

Santé

D'abord, il y a les améliorations sociales liées à la santé. Nous notons dans nos données que ce point est étroitement lié à l'aspect environnemental, que nous n'abordons pas dans cette recherche. Nos trois intervenants des coopératives ont cité les bénéfices de la certification par rapport à la santé des producteurs. La question étant général et ouverte, les répondants avaient libre cours quant au sujet à aborder. Deux représentants de coopérative ont notamment explicité que leur coopérative respective mette en place un système ou une équipe responsable d'appliquer les pesticides ou tout autre traitement pour les plantations. L'eau potable est également un point récurrent et V10 explicite même la formation d'agents communautaires de santé pour les producteurs les plus isolés. À titre d'exemples :

> Le monsieur, il ne se rend pas compte qu'en utilisant tel pesticide, sans protéger hein, il est exposé à des maladies, à des cancers. […] Donc quand tu dis qu'il faut se protéger et bien la coopérative a un système, puisque tous les planteurs ne sont pas lettrés, tous les planteurs n'ont pas les moyens d'acheter des équipements de protection, donc on met un système d'applicateurs en place par coopérative et qui a un service aux membres. Du coup, ce planteur-là, il est protégé par cette activité

> (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).
>
> Déjà chaque applicateur, ce n'est pas le producteur qui l'applique. C'est une équipe. La coopérative met en place une brigade et la brigade met en place pour les applications (de pesticides). Ça fait en sorte que le producteur ne contracte rien avec les pesticides. Donc ça, ce sont les effets vraiment positifs de la certification (V8, représentant d'une coopérative de cacao certifiée RA au Cameroun, novembre 2020).
>
> Ça a permis de former des agents communautaires de santé, qu'on a mis à la disposition des producteurs qui vivent finalement très éloignés des centres de santé, ou des premiers soins pour les premiers secours en cas d'accident, des choses comme ça (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).

Ainsi, nos intervenants locaux étant certifié Rainforest Alliance, nous pouvons conclure que la santé du producteur et de la communauté est une préoccupation majeure de la certification Rainforest Alliance. En ce qui concerne Fairtrade, notre analyse des rapports annuels de la certification confirme son implication dans la protection de la santé des producteurs et de leurs communautés. En effet, l'un de leurs rapports précise que la prime Fairtrade a permis de financier un programme de santé mobile qui visite les différents villages. Ce même rapport souligne que 100 000 personnes de la communauté de Kuapa Kokoo ont reçu des visites médicales gratuites et des prescriptions (Fairtrade-Foundation, 2011). Ainsi, Fairtrade affirme que l'eau potable et la santé des producteurs sont une priorité. Les deux certifications semblent alignées sur ces points.

Communauté

Dans un second temps, nos données indiquent quelques améliorations sociales en ce qui concerne les femmes et la communauté plus généralement. Bien que ce ne soit pas récurrent dans nos données, il y a tout de même quelques exemples qui en ressortent. Nous verrons plus tard quelques pistes d'*empowerment* qui constituent également des améliorations sociales. La certification Rainforest Alliance permet par exemple de créer des projets communautaires où les femmes sont intégrées.

> Au niveau des femmes par exemple, on a lancé des projets d'appui communautaires au niveau des femmes, on les a regroupés en des associations, et elles ont développé des projets de maraîchers par exemple. Elles ont été financées et à la fin elles ont eu des revenus qui leur ont permis d'eux aussi financer d'autres communautés de femmes (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

Nous constatons alors que ces projets ont des retombées sur les autres membres de la communauté. Ces projets visent notamment, mais non exclusivement les femmes. Par exemple, dans leur rapport de 2018, Fairtrade précise que les communautés et les familles sont plus fortes lorsque les femmes peuvent participer aux processus de décision et gagner un revenu (Fairtrade, 2018). Ainsi, Fairtrade a mis sur place une école nommée *« The Women's School of Leadership »* en Côte d'Ivoire, qui permet de former les femmes aux rôles de « *leadership »* au sein de la coopérative. 19 femmes ont gradué du programme en 2018 et 40 agriculteurs de plus ont joint le programme en 2019 (Fairtrade, 2019). Une femme témoigne alors qu'elle a pu convaincre les membres de la coopérative d'être responsable de l'association des femmes de la coopérative grâce aux compétences acquises pendant le programme.

Éducation

Dans un troisième temps, nous remarquons les améliorations sociales liées à l'éducation. En effet, nos trois répondants ont mentionné les bienfaits de la certification Rainforest Alliance dans la mise en place d'infrastructures et de moyens pour mettre les enfants à l'école. Cela va de la construction d'école, des prêts scolaires à la production d'acte de naissance pour les enfants, etc. Voici quelques exemples des réponses de nos intervenants :

> Aujourd'hui, moi j'ai 13 ans dans cette coopérative. Quand je venais, ils étaient à une ou deux écoles en chantier quand j'arrivais donc. Aujourd'hui, il y a 7 écoles construites, 8 forages, c'est-à-dire qu'il y a des localités où pour avoir accès à l'eau potable, c'était difficile donc on a créé des forages, […] de nombreuses distributions d'équipes scolaires aux enfants pour les encourager à aller à l'école avec des parents qui n'ont pas assez de moyens (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

> Depuis que je suis là, il y a plus de **600 jugements supplétifs** qui ont été produits pour des enfants qui n'avaient pas d'extraits. […] Sorti du niveau du niveau primaire pour aller au collégial, si tu n'as pas un extrait d'acte de naissance, l'enfant est abandonnée à partir de la 6e année d'éducation (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

> La certification nous a donné par exemple, la possibilité de mettre **des infrastructures scolaires** à la disposition de certains de nos producteurs. Découvrir des salles de classe, des tables, des bancs et de soutenir très souvent certains producteurs, pendant la rentrée scolaire par des prêts scolaires (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).

Ainsi, les représentants des coopératives soutiennent que la certification a augmenté le pourcentage de scolarisation grâce à ces moyens mis en place. Par exemple, la coopérative de Mbangassina Sud au Cameroun représenté par que 80% des enfants locaux vont désormais à l'école (Rainforest-Alliance, 2019b). De plus, la création de projets communautaires permet de créer un écosystème. Les femmes au sein du projet maraîcher permettent d'alimenter les cantines scolaires, ce qui permet aux enfants vivant loin de rester à l'école pour le déjeuner.

> On a par exemple des cantines scolaires au sein des écoles qu'on a construites. Et ces cantines-là grâce par exemple aux maraîchers que les femmes ont produits là, elles arrivent à alimenter ces cantines-là, pour permettre aux enfants qui sont éloignés des établissements scolaires, de permettre à ces enfants-là de rester entre midi et deux et de pouvoir suivre les cours dans l'après-midi. Et ça encourage les enfants à venir à l'école (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020.

Du côté de Fairtrade, nombreux sont les témoignages qui citent la construction d'écoles ou de garderies (Fairtrade-Foundation, 2011). La prime a permis de construire, mais aussi de rénover et de continuer les aménagements comme des cantines (Fairtrade-Foundation, 2016).

En conclusion, les certifications permettent aux producteurs de bénéficier d'améliorations économiques et sociales, notamment au niveau de la santé, de la communauté et de l'éducation. Outre les améliorations, nous notons un concept émergent de nos données qui semble être une forme d'équité, et un but visé des certifications.

5.4.2. Résilience

La résilience est un concept émergent de nos données, à la fois un but visé des certifications et un terme qui laisse penser à un résultat de l'équité. Précisément, les experts des certifications ont mentionné à plusieurs reprises que le but visé par les certifications est la résilience des agriculteurs. Ils ne visent ainsi pas que des améliorations économiques, sociales ou environnementales, mais bien la capacité des agriculteurs à être résilient à travers le temps et à travers les incidents ou intempéries qui peuvent survenir. Le COVID-19, qui a marqué cette année 2020, est un nouvel évènement imprévu face auquel les agriculteurs ont dû être résilients. Ce mot est donc indéniablement à l'ordre du jour.

Cette résilience est promue et indirectement véhiculée par les activités et stratégies tenues par les certifications. V4, expert des politiques en durabilité (novembre 2020) explique les éléments contribuant à cette résilience :

> *« The standards can really influence positively on the benefits for farmers so for instance when they have access to extension services inputs for training you know, increase their production capacity but not only the production but also the quality, so they are at the end providing resilience to theses shocks by implementing good agricultural practices or not even implemented but just promoting these agricultural practices you know. »* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020).

Les certifications cherchent alors à créer des écosystèmes, ou plus simplement un environnement propice à la résilience des agriculteurs. Et cette dernière ne se mesure pas seulement en termes de revenu :

> *« I think the difference with smallholder farmers compared to when you talk about workers and wages is income is a big difference. Income if you own a farm is also what do I choose to invest, I'm having a great year and things are well, everyone's well, children are at school is not a problem, so I'm going to invest heavily in replanting. So, your income might look lower but actually your resilience is better because you're planning ahead. »* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

Conséquemment, la planification semble être un élément essentiel à la résilience. Par exemple, V7 explicite le fait que la certification leur apprend, grâce aux formations, à gérer leur finance sur toute l'année.

> Sur le plan gestion, ça permet au planteur par exemple quand il est bien sensibilisé, c'est vrai qu'aujourd'hui nous sommes à […] 1 000 francs de prix du kilogramme donc un planteur qui a un hectare de cacao avec une estimation de 800 kilos à l'hectare, par exemple ça dépend des zones, il va se retrouver annuellement avec un revenu de 800 000 là, si c'est beaucoup il faut savoir gérer ça sur l'année. Or la répartition de ce fond-là, euh le monsieur, il a ça peut-être sur 4 mois or il ne sait pas que les 8 autres mois il faut étaler ça pour pouvoir survivre donc dans la sensibilisation, on a des formations où on demande au planteur de faire des épargnes, on demande au planteur de gérer mieux, pour vivre sur l'année, c'est un exemple (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire (novembre 2020).

Également, la résilience se manifeste lorsque des projets communautaires ont des retombées sur toute la communauté. Nous avons vu précédemment l'exemple des femmes maraîchères avec la certification Rainforest Alliance. Pour soutenir leurs agriculteurs pendant la pandémie du COVID-19, la certification a mis en place une série d'audio afin de maintenir les formations initialement prévues. Ils ont également créé une campagne de financement d'urgence (Rainforest-Alliance, 2020b).

Pour aider ces agriculteurs à être résilients face à la pandémie de COVID-19, Fairtrade a mobilisé des ressources à travers deux nouveaux fonds. Ils ont notamment distribué 3.1 millions d'euros supplémentaires pour soutenir les organisations de producteurs afin de les soutenir immédiatement et pour « la résilience à long terme » (Fairtrade-International, 2020).

5.4.3. Revalorisation de la position des agriculteurs limitée

À travers nos résultats, nous avons déjà parcouru différents concepts qui permettent aux producteurs, les plus défavorisés de la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat, d'être revalorisés et d'atteindre une position plus gratifiante grâce aux certifications. Autrement dit, nous sommes passés à travers les résultats nous laissant

penser que les certifications permettent aux agriculteurs d'avoir une certaine justice sociale. Néanmoins, nos répondants ont explicité certains points qui portent à croire que la justice sociale des agriculteurs grâce aux certifications est limitée. Nous exposons ainsi ci-dessous les limites des certifications à l'équité des agriculteurs, résumées par le tableau 14. Dues à leur ressemblance dans leurs stratégies mises en place, les barrières identifiées sont communes aux deux certifications. Néanmoins, il est important de souligner que les producteurs certifiés Fairtrade possèdent 50% des votes à l'Assemblée générale de l'organisation. Ils sont soutenus par des réseaux de producteurs régionaux qui s'occupent de soutenir, entendre et représenter les agriculteurs certifiés, contrairement à RA. Ainsi, les solutions apportées par la certification Fairtrade peuvent être plus adaptées, et donc moins en conflit avec la culture locale. Cependant, les solutions apportées sont très ressemblantes à RA. Par ailleurs, Fairtrade est apparemment plus stricte et « moraliste » que RA en ce qui concerne la gestion de la coopérative et des critères à appliquer : « je trouve que Fairtrade est toujours un peu moraliste. Ils ont des règles sur comment est géré une coopérative, comment les membres d'une coopérative vont voter pour dépenser la prime, etc. » (V11, expert en cacao durable, janvier 2021). Cela peut donc venir accentuer plus amplement la marginalisation des producteurs.

Tableau 14 - Barrières à l'équité des producteurs certifiés dans la chaîne de valeur

Barrières	Raisons
Approche *top-down*	• Solution du haut de la chaîne • Manque d'adaptation
Divergence culturelle	• Conflit du contexte • Conflit de valeurs • Conflit d'idées
Marginalisation	• Conformité aux critères • Coût de la certification • Intégration difficile

Marché limité	• Demande trop faible • Prime et prix minimum non reversé • Perte de coûts

Source : créé par l'auteur d'après les résultats

En premier lieu, plusieurs de nos répondants ont souligné le fait que les certifications apportent des solutions *top-down*, qui n'améliorent pas la position des agriculteurs, mais plutôt, qui viennent s'opposer aux valeurs locales. Ces certifications amènent dans les pays producteurs les « valeurs » et exigences des pays consommateurs de chocolat. Cela ne favorise donc pas leur voix. Un expert RA exprime ainsi que la certification ne vient pas tellement travailler au niveau de leur position dans la chaîne. Il précise que leur voix est plus représentée, mais cela reste encore minime. Ils n'ont pas la possibilité de parler pour eux-mêmes, au lieu d'avoir des solutions qui proviennent du haut de la chaîne (V3, expert Rainforest Alliance, novembre 2020). En effet, les critères sont réalisés et déterminés par les attentes des acteurs du haut de la chaîne. Un représentant d'une compagnie de chocolat souligne la difficulté pour les agriculteurs : *« what it means to live in some of these realities in Côte d'Ivoire and Ghana, to uphold all of the certification criteria that are often driven by our agenda here and our expectations »* (V5, représentant d'une compagnie mondiale de chocolat, novembre 2020). Dû à ces approches *top-down*, cela peut mener à des conflits, notamment de valeurs entre les producteurs et les attentes des acteurs en haut de la chaîne :

> *« you know that's been much more top down the same for certifiers you know where it's actually certification is not a response to sustainability concerns of farmers themselves. Often it is like a western ideal of how we want to feel good about the food that is produced that we consume and what therefore we expect is happening on the ground that sometimes leads to direct conflict »* (V5, représentant d'une compagnie mondiale de chocolat, novembre 2020).

Conséquemment, les divergences culturelles entre les certificateurs et les producteurs créent de réelles frictions entre la compréhension des agriculteurs et les attentes des certifications. Plus particulièrement, nos intervenants locaux ont également souligné ces conflits et ces différences contextuelles :

> Lorsque vous mettez sur pied une grosse entreprise de certifications biologiques, vous mettez cette entreprise sur pied dans un contexte bien donné où la technologie a tellement évolué et oui vous voulez l'exporter avec les mêmes critères de sélection, les mêmes normes dans **un contexte où la technologie n'est pas du tout évoluée**. Je peux vous assurer que rien que sur le plan contextuel, ça ne marche pas (V6, représentant d'une entreprise de transformation et fabrication artisanale de chocolat SOTRACAO, novembre 2020).

> Il y a des approches qu'il faut améliorer parce que la norme vient sur certaines bases qui souvent **ne collent pas avec la réalité**. […] Par exemple, dans la vérification de la documentation auprès du producteur, lorsqu'on doit faire des audits pour délivrer le document de certification à une coopérative, quand on dit que le planteur qui est analphabète doit mémoriser certaines informations pour le sortir du tac au tac, c'est difficile. On lui demande par exemple de donner sa livraison exacte qu'il a eue l'année. C'est un problème. Il peut donner une estimation, mais c'est un problème. Ils vivent dans des conditions un peu difficiles donc l'archivage des documents est aussi un problème (V7, représentant d'une coopérative certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, novembre 2020).

> Chez nous, les producteurs, y en a beaucoup qui sont encore analphabètes. Donc ça fait que très souvent, ils ont **du mal à comprendre** les principes, à comprendre les objectifs qu'on veut atteindre en leur demandant de changer des anciennes habitudes. Donc il y a forcément **un choque d'idée, un choque de comportement** au niveau du producteur (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020).

Ces intervenants soulignent ainsi les barrières présentes entre les deux extrêmes de la chaîne. Il apparaît que la condition des agriculteurs est omise dans la construction des schémas de certifications. Ces divergences culturelles et contextuelles ont encore une plus grande implication dans le développement des initiatives des pays producteurs de cacao. En effet, il semble que cela vient bloquer le développement des connaissances et des techniques locales. Cela vient alors contraindre l'*empowerment,* et conséquemment l'équité.

> Maintenant d'autres désavantages : c'est que les certifications **bloquent l'élan et l'effort des pays africains**. Parce que lorsque l'on vous impose d'avoir une certification alors que vous avez votre champ dans lequel les pesticides, les produits chimiques ne sont pas utilisés, vous avez votre champ de cacao où pour traiter vos cacaoyers, vous utilisez du vin de palme biologique qui est extrait des troncs de palmiers à huile et parce que malheureusement, vous n'avez pas de document qui authentifie par des personnes qui ont juste des connaissances, mais qui n'ont jamais eu eux même un champ de cacao. Excusez-moi, mais c'est désavantage. Du coup, on

> se retrouve marginalisé (V6, représentant d'une entreprise de transformation et fabrication artisanale de chocolat SOTRACAO, novembre 2020).

Ainsi, cet intervenant fait référence à la marginalisation comme un résultat des certifications. D'autres éléments viennent accentuer cette marginalisation, notamment les critères exigés et les coûts de la certification. En effet, il a déjà été mentionné dans nos résultats que les critères exigés ne sont pas forcément en adéquation avec les conditions locales. Ils sont d'autant plus difficiles à garder continuellement qu'à les appliquer. Par exemple, V10 souligne que certaines coopératives n'arrivent plus à suivre les standards : « il y a beaucoup de coopératives qui ont été décertifiées, parce qu'elles n'arrivaient pas, elles n'arrivaient plus à respecter les standards des programmes de certification » (V10, représentant d'une coopérative de cacao certifiée UTZ (RA) en Côte d'Ivoire, décembre 2020). Il y a beaucoup de critères et il faut 3 ans pour obtenir la certification.

Outre cette difficulté, le coût de la certification vient s'ajouter comme limite à la justice sociale des producteurs certifiés. Il a été mentionné plusieurs fois que les coûts étaient trop élevés pour des agriculteurs déjà en situation précaire. Un expert des politiques en durabilité explicite que: *« they are farmers that cannot pay for certification now »* (V4, expert des politiques en durabilité, novembre 2020). En effet, un représentant d'une entreprise de transformation et fabrication artisanale de chocolat SOTRACAO, souligne qu' « il faut avoir beaucoup d'argent pour se faire certifier » (V6, représentant d'une entreprise de transformation et fabrication artisanale de chocolat SOTRACAO novembre 2020).

Ainsi ces deux éléments viennent encore plus marginaliser les producteurs, car ils se retrouvent incapables de remplir les conditions exigées. De plus, le marché du cacao certifié étant limité, cela rend la tâche encore plus difficile aux agriculteurs. Ils ne vendent pas tout leur cacao en certifié, mais doivent pourtant assumer les coûts d'une production plus élevée en termes de qualité. Les experts Fairtrade et Rainforest Alliance indiquent tous deux que :

> Ils absorbent tous les coûts de la certification et d'être conforme aux normes, mais il n'arrive pas à vendre tout sous les conditions Fairtrade. Ça se trouve, tu manges un chocolat milka par exemple, qui vient de coopératives qui sont certifiées Fairtrade, qui ont dépensé tout l'argent pour être conforme pour payer les coûts de certification et tout. Mais finalement, ils ont pas reçu le prix minium (V1, expert Fairtrade, novembre 2020).

> *« Most cocoa farmers are not selling fully certified. They produce fylly certified, but they don't sell it certified »* (V2, expert Rainforest Alliance, novembre 2020).

Nos résultats indiquent que les coopératives ne vendent même pas la moitié de leur production en certifié. La petite taille du marché du cacao certifié a été soulevée comme un enjeu majeur par la majorité de nos répondants. Ainsi, l'amélioration économique des producteurs grâce à la certification est également limitée. Ces barrières viennent limiter la justice sociale que pourraient apporter les certifications. En effet, après avoir parcouru dans nos résultats les pistes pour atteindre plus d'équité dans la chaîne, nous constatons que les certifications font un grand travail et élaborent tout un système pour créer une résilience chez l'agriculteur. Cependant, certaines limites existent encore au système de certification, ce qui vient bloquer le développement des producteurs et du secteur du cacao plus en général.

CHAPITRE 6 – DISCUSSION

Pour rappel, notre question de recherche est la suivante : comment les certifications par un tiers de durabilité fonctionnement pour rendre la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat plus équitable ? À la lumière de nos résultats, nous parcourons en premier lieu l'importance de l'*empowerment* et de la résilience dans l'équité. Nous explorons par la suite les notions de justice distributive et procédurale pour l'équité. Enfin, nous abordons le pouvoir des autres acteurs de la chaîne sur le fonctionnement des certifications et leurs implications dans l'équité.

6.1. L'importance de l'*empowerment* et de la résilience pour l'équité

Nous pouvons débuter par nous interroger sur l'implication des stratégies d'*upgrading* dans l'équité. En effet, nos résultats ont indiqué des améliorations de la valeur ajoutée grâce à ces stratégies. Néanmoins, cela n'a pas permis aux agriculteurs de cacao de « monter », ou du moins, de changer de position dans la chaîne de valeur, comme le précisent Van Dijk et Trienekens (2012b). Ainsi, les stratégies d'*upgrading* viennent seulement agir sur la création d'un environnement propice à l'*empowerment*, mais n'amènent pas elles-mêmes l'*upgrading* social. Il est possible de croire que si les entreprises étaient moins influentes dans la chaîne, les stratégies d'*upgrading* permettraient bel et bien de modifier la position des agriculteurs. Cependant, les entreprises ont toujours un pouvoir dominant. Il en va de même avec la transparence. À la base considérée capable de transformer la durabilité des chaînes (Gardner *et al.*, 2019; Mol, 2015), nos résultats indiquent que la transparence n'a pas tant modifié la coordination de la chaîne, si quelque peu. Néanmoins, les connaissances transmises et la récolte des données menées par les certifications ont permis de soutenir les producteurs et créer des approches plus ciblées en fonction des besoins. Ainsi, nos cas démontrent que les stratégies d'*upgrading* et de transparence contribuent à la création d'un environnement prospère, mais dans le cas de l'industrie du chocolat, ne sont pas capables

de modifier la position des agriculteurs. Pour cette raison, il est important de discuter le rôle de l'*empowerment* dans ce contexte.

La littérature rappelle que le concept *d'empowerment* a pour but de donner la priorité au point de vue des oppressés (Calvès, 2009). Néanmoins, les certifications, par leur volonté d'*empower* les communautés à la base des chaînes de valeurs agroalimentaires, sont en contradiction avec la notion *d'empowerment*. Les normes des certifications ne sont pas une réponse aux problèmes de durabilité des agriculteurs, mais plutôt un idéal occidental sur la manière dont les pays consommateurs souhaitent se sentir par rapport à la nourriture produite. Ainsi, nos résultats indiquent que les normes et pratiques sont imposées, et ne prennent pas en compte les pratiques et savoir-faire locaux, une critique qui apparaît dans la littérature sur les certifications. En effet, ces schémas de certifications sont perçus comme une approche *top-down*, non adaptée aux réalités locales et qui oublie l'expérience des individus (Bartley, 2010; Naylor, 2013). On assiste alors à un effacement culturel, empêchant les producteurs de développer leurs propres savoir-faire, technique et valeur locale, au profit d'une homogénéisation internationale basée sur les valeurs des pays consommateurs.

Également, l'*empowerment* réfère au processus d'acquérir plus de pouvoir sur sa propre vie, et cela doit provenir des individus concernés (Calvès, 2009; Sirdey et Lallau, 2020). Nos cas démontrent que l'imposition de critères rend difficile *l'empowerment* des petits producteurs, voir même le bloquer. Les certifications, par les barrières identifiées, viennent même accentuer la marginalisation de certains producteurs derrière les portes de la coopérative. Ils doivent désormais suivre les directives d'une organisation (imposée dans le cas de Fairtrade) pour continuer de bénéficier du « commerce équitable », soit des quelques bénéfices qu'apportent les certifications. Néanmoins, les certifications viennent créer un environnement propice à l'*empowerment*, et cela, par la redistribution des bénéfices monétaires de la production de cacao et les améliorations sociales identifiées dans nos résultats.

Cet environnement propice à l'*empowerment* et créé par les certifications avec les différents mécanismes qu'ils mettent en place a donné lieu à un concept émergent dans nos données : la résilience. La littérature définit la résilience comme étant la capacité des individus à s'adapter au changement (Magis, 2010). Nos résultats laissent dépeindre que la résilience est étroitement liée à la notion *d'empowerment*, et conséquemment au but ultime de l'équité. Steiner et Farmer (2017) soulignent particulièrement leur relation, en explicitant que l'*empowerment* consiste à permettre aux individus oppressés de prendre des décisions d'adaptation et suivre leur propre intérêt. Néanmoins, Magis (2010) conceptualise l'équité comme une dimension de la résilience. Nos résultats laissent plutôt paraître que la résilience est un effet visé par les certifications pour atteindre l'équité. En effet, la résilience se présente comme un stade avancé d'*empowerment*, où les individus ont déjà la capacité de prendre des décisions par eux-mêmes pour s'adapter aux divers changements qui peuvent survenir. Une situation équitable, qui permet simplement une justice distributive et procédurale, ne fait que masquer les dynamiques de pouvoir toujours existantes derrière, bien qu'en surface elles paraissent « justes ». Ainsi, nos résultats démontrent que l'*empowerment* et la résilience sont des conditions nécessaires pour atteindre plus d'équité.

6.2. Le rôle de la justice distributive et procédurale pour l'équité

Nous pouvons désormais nous interroger sur la capacité d'un tel système de certification pour atteindre une justice distributive et procédurale plus grande pour les producteurs. En effet, Giuliani *et al.* (2017) affirment que les certifications offrent une opportunité d'améliorer les droits de l'Homme des producteurs et de leurs familles. En premier lieu, les améliorations sociales et économiques identifiées dans nos cas nous démontrent que les certifications permettent aux producteurs d'avoir plus de bénéfices qu'auparavant. En effet, les compensions financières versées directement aux producteurs, les connaissances transmises, et les multiples projets menés et infrastructures construites laissent à penser que les certifications permettent bel et bien

aux agriculteurs d'avoir plus d'équité. En effet, Bardhan (2001) souligne que l'équité consiste à corriger les défauts d'une distribution inégale des biens. Plus précisément, cela permet ainsi une équité distributive plus grande pour les producteurs de cacao, notamment en recevant des récompenses tangibles et intangibles. Dans ce sens, le concept de partage des bénéfices consiste en la division et la distribution des bénéfices monétaires et non monétaires de manière à obtenir des résultats équitables (Wynberg et Hauck, 2014). Ainsi, les certifications se basent sur ce concept de partage des bénéfices. Néanmoins, cette justice distributive est limitée par les barrières identifiées dans nos résultats.

De plus, nos résultats indiquent que les producteurs n'ont toujours pas la possibilité de négocier ou même influencer les processus de prise de décision, les politiques créées et même les sujets mis à l'ordre du jour. Cela fait notamment référence à la première étape du cadre *ANIME* développé par Abbott et Snidal (2008), soit le processus d'*« agenda setting ».* Les producteurs de cacao n'ont pas la possibilité de choisir quel élément doit être mis sur la table dans l'industrie du chocolat. Pourtant, le concept du partage des bénéfices précise que les procédures doivent être respectées de manière « juste », se basant ainsi sur la justice procédurale (Wynberg et Hauck, 2014). Bien qu'officiellement les agriculteurs peuvent participer en suggérant des améliorations ou encore, dans le cas de Fairtrade, en ayant 50% des votes à l'assemblée générale, cela n'est pas représentatif de la participation des agriculteurs. Nos résultats ont indiqué qu'en premier lieu, peu d'agriculteurs proposaient des projets, nouvelles techniques ou améliorations. Cela peut notamment être dû à la situation de précarité dans laquelle les producteurs de cacao vivent toujours, même en étant certifiés. Ensuite, il s'avère que la participation dans les procédures se situe plus au niveau des coopératives, laissant ainsi peu de place aux agriculteurs derrière les portes de la coopérative pour négocier ou influencer les décisions et les normes. Ils sont donc toujours soumis aux procédures imposées, ce qui peut venir bloquer leur développement et les marginaliser d'autant plus.

6.3. Le pouvoir des autres acteurs de la chaîne dans le fonctionnement des certifications

La littérature précédente a discuté de l'homogénéisation des pratiques des comportements et des choses, dues au phénomène de standardisation que les certifications appliquent (Timmermans et Epstein, 2010). Dans nos cas, nous constatons également des évidences qui suggèrent le même phénomène dans l'industrie du chocolat. Particulièrement, nous constatons désormais qu'il y a un isomorphisme des certifications. Elles tendent à se ressembler et à converger dans leurs politiques, normes, stratégies et activités au fur et à mesure du temps. Nous pouvons nous interroger sur les raisons de cet isomorphisme. D'un côté, les certifications sont des organismes compétiteurs dans un même marché, soit le marché durable. Il est donc possible que les organismes de certifications subissent une pression mimétique due à un besoin croissant de rester compétitif sur le marché. D'ailleurs, il est possible que cette convergence soit le résultat de la montée croissante du concept de durabilité. En effet, Turcotte, Reinecke et den Hond (2014) soulignent que la convergence des certifications nées d'une perspective idéologique est forte en raison de la convergence des normes sous-jacentes. Nos deux cas ont démontré la convergence de leurs discours, axé social pour Fairtrade et environnemental pour Rainforest Alliance, vers des discours de durabilité.

Néanmoins, nos résultats indiquent que ces pressions mimétiques peuvent tirer leurs origines des multinationales. En effet, la multiplicité des initiatives en général et des certifications en particulier dans l'industrie du chocolat rajoute des coûts (monétaires ou non) aux multinationales. Ces dernières doivent s'adapter rapidement aux nouvelles demandes changeantes du marché. Ainsi, par la recherche de gain d'efficacité, de profits et réputation, les multinationales participent à un grand panel d'initiatives et de certification dans l'industrie du chocolat. Cela leur permet notamment de toucher à tous les marchés. En effet, nos résultats démontrent que les grandes entreprises collaborent avec toutes les certifications et se fournissent en cacao certifié de diverses certifications, pour à la fin pouvoir apposer leurs sceaux. Cette multiplicité de programmes à respecter

rajoute un poids aux multinationales dans leurs opérations quotidiennes. Ainsi, la convergence des schémas de certifications peut provenir de pression à réduire des politiques trop strictes ou trop différentes, requérant ainsi moins de travail du côté des entreprises à s'adapter à chaque certification.

Outre cela, nos résultats révèlent que la traçabilité non complète de la chaîne selon des pourcentages permet aux entreprises de se fournir de plusieurs types de cacao sans avoir à créer une chaîne pour chaque type de cacao. En vendant un certain pourcentage de « cacao durable » sur leurs emballages, les entreprises possèdent une grande marge de main d'œuvre dans l'organisation de leur chaîne. La littérature a notamment souligné ces problèmes de marge de main d'œuvre pour les certifications (Jaffee, 2012). Nos résultats indiquent que les certifications ont besoin que les entreprises se fournissent de leur cacao certifié, et à la fois, ils doivent continuer à atteindre leur but pour atteindre une redistribution plus égale. Ces organismes se positionnent tout de même à la base, comme des organismes tiers indépendants ancrés dans des mouvements socio-environnementaux sans but lucratif. Néanmoins, le pouvoir des entreprises est supérieur aux certifications, et ces derniers doivent ainsi se plier à l'acteur dominant dont ils dépendent pour opérer. Les multinationales ne « perdent rien » dans cette redistribution. Ainsi, il n'y a pas de « re-distribution », mais plutôt une distribution de quelques bénéfices, qui viennent masquer les disparités immuables. Autrement dit, il n'y a aucun changement profond et transformateur de la situation actuelle.

Une implication néfaste de ce phénomène dans une perspective d'équité est que l'isomorphisme de ces organismes laisse encore moins de possibilités aux agriculteurs : ils se retrouvent au fur et à mesure du temps avec des programmes identiques, sans opportunités de choix parmi différentes options, et cela, en payant les coûts de certification plusieurs fois. L'homogénéisation des politiques vient donc menacer le libre arbitre des producteurs, la certification étant leur seul moyen aujourd'hui d'obtenir un prix « supérieur » pour leur produit différencié.

En dernier lieu, les schémas de certification reposent grandement sur la légitimité et la crédibilité de leurs normes et de leur système à être effectif et véridique aux yeux de la population (Vertinsky et Zhou, 2000). Nous pouvons ainsi nous questionner sur ce besoin d'acceptabilité large des certifications envers les consommateurs. Nos certifications à l'étude ont ainsi mentionné que leur système de fonctionnement repose sur l'acceptabilité des consommateurs à payer un prix supérieur. Ils sont alors positionnés comme des acteurs stratégiques, en ayant la possibilité d'étendre ou non le marché et les opportunités des producteurs. La prise de conscience des consommateurs par rapport à leur participation dans la chaîne de valeur et au rôle décisif qu'ils peuvent jouer dans les conditions de vie des producteurs s'apparente alors comme un point de négociation pour les certificateurs, où les consommateurs peuvent défier les structures et processus existants par leur décision d'achat. Levy (2008) précise que cette prise de conscience permet aux acteurs concernés de participer à la construction des processus sociaux et à la négociation de l'ordre sociale et s'apparente ainsi à une forme de justice sociale. Conséquemment, nos certifications à l'étude indiquent rechercher constamment à élargir le marché de leurs produits en sensibilisant les consommateurs afin d'offrir plus d'opportunités aux agriculteurs et atteindre plus d'équité. Ainsi, plus l'acceptation des certifications par les consommateurs est large, plus la décision finale sera sans équivoque : le commerce « équitable » sera dominant. Néanmoins, cela représente une menace pour l'équité des producteurs. En effet, Delgado et Cruz (2013) soulignent que la recherche du commerce « équitable » comme marché dominant marginalise de plus en plus les producteurs dans le processus de commercialisation, dû à l'extension des relations consommateurs – producteurs de plus en plus indirects. L'approche des certifications dans l'équité de la chaîne de valeur peut alors créer un effet inverse. Nos résultats indiquent jusqu'à lors que les producteurs ne se situent toujours pas dans une position favorable, malgré la croissance respective des deux marchés Fairtrade et RA.

CONCLUSION

Pour conclure, nous rappelons que notre question de recherche est la suivante : comment les certifications par un tiers de durabilité travaillent pour rendre la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat plus équitable ?

En premier lieu, la littérature nous a permis d'identifier différentes théories et concepts que les certifications permettaient potentiellement de réaliser afin de résoudre les disparités de coordination, de pouvoir et de valeur ajoutée à travers la chaîne. Ces mécanismes sont censés viser l'obtention de plus d'équité pour les personnes les plus défavorisées de la chaîne. Suite à nos résultats et notre analyse, nous identifions un concept émergent qui vise la capacité des agriculteurs à s'adapter aux situations de changements, nominalement la résilience. Plus particulièrement, les stratégies utilisées par les certifications permettent de créer un environnement propice au développement, et cela, à travers l'acquisition de plus de transparence à travers la chaîne et surtout pour les producteurs. Les stratégies d'*upgrading* sont également mises en œuvre grâce aux éléments de la certification. Ces deux concepts influent particulièrement sur le partage des bénéfices monétaires et non monétaires distribués aux agriculteurs certifiés. La création de cet environnement permet de rassembler des conditions favorables à l'*empowerment*, puisque ce dernier ne peut être « redistribué » ou « augmenter » par les certifications, mais seulement par les producteurs. Étroitement liées au concept d'*empowerment*, les certifications visent ainsi la résilience des agriculteurs dans leur quotidien.

Par ailleurs, les certifications que l'on étudie opèrent dans différents secteurs connexes au cacao comme le café, les bananes, etc. qui partagent les mêmes enjeux socio-environnementaux que le secteur du cacao. Plusieurs études ont déjà été réalisées dans ces secteurs pour tenter de résoudre les disparités sociales (Mitiku *et al.*, 2017; Van Rijn *et al.*, 2016). Ainsi, les résultats de notre recherche sont transférables à d'autres secteurs, dus aux caractéristiques communes et aux enjeux communs des secteurs

agroalimentaires, notamment situés dans les pays en développement. Nos résultats peuvent servir également pour améliorer d'autres types de certifications. En effet, de nombreuses certifications partagent un ou des objectifs communs et fonctionnent de la même manière. Ainsi, les conclusions tirées de cette étude seront applicables à d'autres régulations. La figure 11 ci-dessous dépeint l'implication des certifications dans l'équité des chaînes de valeur après l'analyse de nos données.

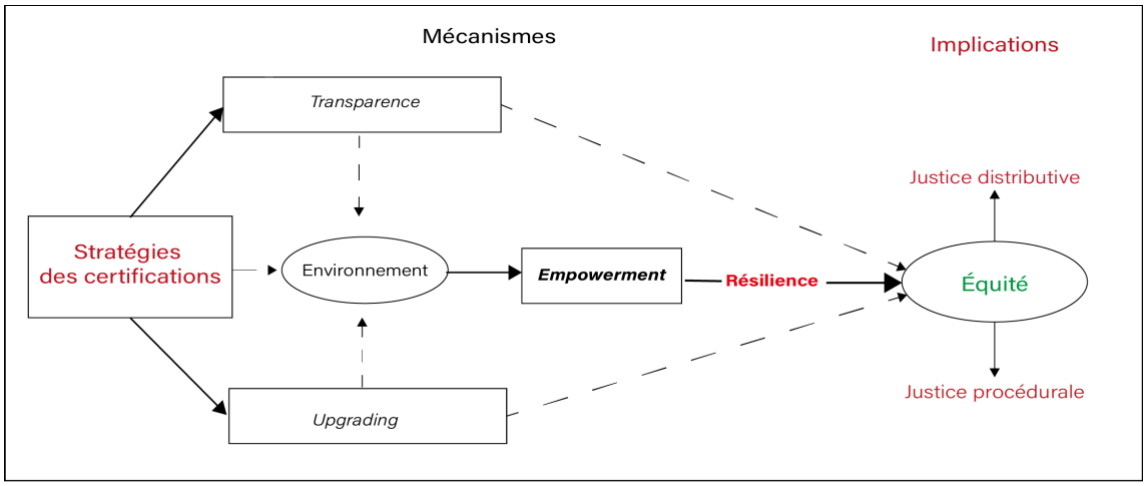


Figure 11 - Implication des certifications dans l'équité des chaînes de valeur d'après nos résultats
Source : créée par l'auteure

À la lumière de notre étude, les certifications doivent chercher à co-créer les techniques et savoir-faire utilisés, pour s'assurer que l'identité culturelle des producteurs perdure et se développe davantage. Dans ce sens, cela contribuerait à leur *empowerment*, et plus largement, à la résilience des producteurs. Ils doivent également prendre en compte la voix des agriculteurs dans la construction des politiques, notamment pour Rainforest Alliance qui ne semble pas avoir d'organisation existante pour donner l'opportunité aux agriculteurs de s'exprimer pour eux-mêmes et défendre leurs intérêts. Fairtrade, de son côté, doit continuer à inclure les agriculteurs et développer les connaissances locales. Les certifications doivent ainsi mettre en place un système d'assurance à certaines exigences tout en restant assez libre pour les agriculteurs d'exploiter leurs savoirs locaux et de les exporter vers les organismes centraux des

certifications. Cela contribuerait à réduire les barrières identifiées à l'équité des producteurs et à développer l'équité procédurale.

De plus, notre recherche a permis de souligner les barrières des certifications pour atteindre l'équité et donc de révéler les asymétries de pouvoir toujours existantes entre les producteurs et la chaîne de valeur, ainsi que les producteurs et les organismes de certification. Dans une démarche de conscientisation, la reconnaissance de son identité et de son environnement permet d'atteindre une justice sociale. Ainsi, cette recherche contribue à rendre transparent certaines informations pouvant être invisible ou plus difficile à discerner concernant l'implication des certifications dans l'équité pour les producteurs, par exemple, l'effacement culturel qu'elles sont susceptibles d'engendrer. Les producteurs peuvent ainsi prendre conscience des effets potentiels sur leur communauté et eux-mêmes. De plus, les certifications permettent au producteur d'avoir plus de visibilité, mais pas plus de pouvoir à travers la chaîne. Néanmoins, cette visibilité peut permettre aux agriculteurs d'être intégrés progressivement au débat, même sans leur participation, et par conséquent élargir leur justice procédurale.

Également, les entreprises doivent continuer à développer les marchés « durables » afin d'agrandir les opportunités pour les agriculteurs. Similairement aux producteurs, les limites soulignées dans ce travail ainsi que l'implication des certifications dans les diverses stratégies abordées permettent aux entreprises de constater les éléments nécessaires à l'équité et par conséquent, construire ou co-construire avec les certifications des schémas plus intégrés. Dans ce sens, les entreprises peuvent jouer un rôle dans la justice procédurale des agriculteurs en les incluant dans les décisions et politiques créées. Ils ont également la possibilité de participer à la justice distributive des agriculteurs et ainsi créer un environnement propice à la résilience.

Enfin, les certifications reposent grandement sur la décision d'achat des consommateurs. En effet, ces derniers possèdent un rôle décisif. Ils ont la possibilité de faire croître le marché durable et ainsi offrir plus d'opportunités aux producteurs de cacao. Par conséquent, les certifications jouent un rôle stratégique par leur capacité à influencer les

préférences de consommation. Elles viennent conscientiser les consommateurs par rapport à une consommation durable, où les décisions d'achat prennent en compte les conditions de production. Notre recherche a ainsi permis de souligner et de réitérer le besoin de l'implication des consommateurs dans ces mouvements sociaux, et de leur rôle dans la justice sociale et l'équité des producteurs dans les chaînes de valeur mondiale. Les certifications viennent accentuer les informations rendues disponibles à la population et ainsi, leur apporter un niveau supérieur de transparence vis-à-vis de leur consommation.

Plusieurs limites se sont manifestées au long de notre recherche. La première a été d'ordre contextuel. En effet, la pandémie de la COVID-19 a empêché toute recherche terrain. Ainsi, nous n'avons pas pu discuter directement avec des producteurs de cacao, mais seulement des représentants de coopératives, plus facilement accessible par communication virtuelle. Sachant que notre mémoire traite de la notion d'*empowerment*, il aurait été plus pertinent de comprendre son implication directement par les personnes concernées. En effet, le concept souligne l'importance de donner une voix aux personnes défavorisées, et d'autant plus lorsque l'on cherche l'implication des certifications dans la notion d'*empowerment*. D'ordre méthodologique, nous avons omis d'interroger des commerces de détails, ce qui aurait pu nous apporter des éléments pertinents dans leur rôle et leur position dans la chaîne de valeur. Également, nous n'avons pas pu rentrer en contact avec une coopérative certifiée Fairtrade.

Conséquemment, cela nous ouvre de nouvelles opportunités pour de futures recherches. En effet, nous pourrions dans le futur réitérer cette recherche en mettant au centre de notre intérêt d'autres types de régulations privées dans l'industrie du chocolat, afin de comprendre comment leur fonctionnement affecte les possibilités d'augmenter l'équité pour les producteurs. Enfin, dans notre volonté de changer les dynamiques existantes des chaînes de valeur, nous pourrions reconstruire cette étude dans une perspective de construction de la connaissance selon une approche participative ou de défense des intérêts des personnes concernées (Creswell, 2003). Cette direction de recherche est plus

engagée et s'avère pertinente à ce sujet d'étude. Ainsi, dans notre objectif premier et notre volonté d'améliorer la vie des producteurs dans la participation à ces chaînes de valeur mondiale et atteindre une certaine équité, nous pourrions nous diriger vers une approche plus engagée (Pozzebon, 2018).

Bibliographie

Abbott, Kenneth et Duncan Snidal (2008). « The Governance Triangle : regulatory standards institutions and the shadow of the state », *The Politics of Global Regulation*.

Aglionby, John et Ralph Atkins (2018). « From bean to bar », *Special report*, vol. 2020, no 28 août.

Alsop, R., M. Bertelsen et J. Holland (2006). *Empowerment in practice: From analysis to implementation.* , Washington, DC: World Bank.

Ballet, Jérôme et Corinne Gendron (2011). « Commerce équitable et équité : quête de sens et sens pratiques », *Éthique et économique*, vol. 2, no 8.

Bardhan, Pranab (2001). « Social justice in the Global Economy », *Economic and Political Weekly*, vol. 36, no 5/6, p. 467-480.

Barkemeyer, Ralf, Lutz Preuss et Lindsay Lee (2015). « On the effectiveness of private transnational governance regimes—Evaluating corporate sustainability reporting according to the Global Reporting Initiative », *Journal of World Business*, vol. 50, no 2, p. 312-325.

Bartley, Tim (2010). « Transnational Private Regulation in Practice: The Limits of Forest and Labor Standards Certification in Indonesia », *Business and Politics*, vol. 12, no 3, p. 1-34.

Birkinshaw, Julian, Mary Yoko Brannen et Rosalie L. Tung (2011). « From a distance and generalizable to up close and grounded: Reclaiming a place for qualitative methods in international business research », *Journal of International Business Studies*, vol. 42, no 5, p. 573-581.

Boiral, Olivier et Yves Gendron (2011). « Sustainable Development and Certification Practices: Lessons Learned and Prospects », *Business Strategy and the Environment*, vol. 20, no 5, p. 331-347.

Bolwig, Simon, Stefano Ponte, Andries Du Toit, Lone Riisgaard et Niels Halberg (2010). « Integrating Poverty and Environmental Concerns into Value-Chain Analysis: A Conceptual Framework », *Development Policy Review*, vol. 28, no 2, p. 173-194.

Brunsson, Nils, Andreas Rasche et David Seidl (2012). « The Dynamics of Standardization: Three Perspectives on Standards in Organization Studies », *Organization Studies*, vol. 33, no 5-6, p. 613-632.

Brüntrup, Michael et Raoul Herrmann (2012). « Bush-to-energy value chains in Namibia », dans Meine Pieter Van Dijk et Jacques Trienekens (dir.), *Global value chains: linking local producers from developing countries to international markets*, Amsterdam, Amsterdam Press University, p. 89-188.

Büthe, Tim (2010). « Private regulation in the global economy : a (p)review », *Berkeley Electronic Press*.

Cafaggi, Fabrizio et Andrea Renda (2012). « Public and private regulation : mapping the labyrinth ».

Calvès, Anne-Emmanuèle (2009). « Empowerment : the history of a key concept in contemporary development discourse », *Revue Tiers Monde*, vol. 200, no 4.

Christensen, Lars Thøger, Mette Morsing et Ole Thyssen (2017). « License to Critique: A Communication Perspective on Sustainability Standards », *Business Ethics Quarterly*, vol. 27, no 2, p. 239-262.

Coolsaet, Brendan et John Pitseys (2015). « Fair and equitable negotiations ? African influence and the international access and benefit-sharing regime », *Global Environmental Politics*.

Cox, Andrew (1999). « Power, value and supply chain management », *Supply chain management: an international journal*, vol. 4, no 4, p. 167-175.

Creswell, J.W. (2003). « Framework for Design », dans *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches*, SAGE Publications.

Creswell, J.W. (2013). « Data collection » [7], dans *Qualitative inquiry & research design choosing among five approaches*, vol 3, Thousand Oaks, CA SAGE.

D'Hollander, David et Axel Marx (2014). « Strengthening private certification systems through public regulation », *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, vol. 5, no 1, p. 2-21.

Dallas, Mark P., Stefano Ponte et Timothy J. Sturgeon (2019). « Power in global value chains », *Review of International Political Economy*, vol. 26, no 4, p. 666-694.

De Boer, Diederik P., Victor L. Van der Linden et Ronald S.J. Tuninga (2012). « The bottom of the pyramid (BOP) and the private sector: a value chain research approach », dans Meine Pieter Van Dijk et Jacques Trienekens (dir.), *Global Value Chains: Linking Local Producers from Developing Countries to International Markets*, Amsterdam, Amsterdam University Press, p. 31-42.

Delgado, N.A. et L.B. Cruz (2013). « When the social movement and global value chain literatures meet: the case of Fair Trade », dans A. Lindgreen, F. Mann et J. Vanhame (dir.), *Sustainable value chain management: a research anthology*, Routledge, p. 445-460.

Djama, Marcel, Eve Fouilleux et Isabelle Vagneron (2011). « Standard-setting, Certifying and Benchmarking: A Governmentality Approach to Sustainability Standards in the Agro-Food Sector », dans *Governing through Standards*, p. 184-209.

Everett, Jeff, Dean Neu et Abu Shiraz Rahaman (2017). « Ethics in the Eye of the Beholder », *Business and Professional Ethics Journal*, vol. 36, no 1, p. 1-40.

Fairtrade (2004). *Annual report 03/04: shopping for a better world*.

Fairtrade (2006). *Annual report 2005-2006: building trust*.

Fairtrade (2009). *Annual report 2008-2009*.

Fairtrade (2010a). *Annual report 2009-10 : Growing stronger together*.

Fairtrade (2010b). *Climate Change and Fairtrade: why is it time to make the links ?*

Fairtrade (2013). *Annual report 2012-13: Unlocking the power*.

Fairtrade (2018). *Annual report 2017-2018: working together for fair and sustainable trade*.

Fairtrade (2019). *Annual report 2018-2019 : choosing a fairer future through trade*.

Fairtrade (2021a). *About Fairtrade*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www.fairtrade.net/about

Fairtrade (2021b). *Fairtrade International*. Récupéré le 15 Juin 2021 de https://www.fairtrade.net/about/fairtrade-international
Fairtrade (2021c). *Fairtrade International*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www.fairtrade.net/about/fairtrade-international
Fairtrade (2021d). *Fairtrade International Dashboard*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www.fairtrade.net/impact/top-7-products-dashboard
Fairtrade (2021e). *Fairtrade organizations and businesses*. Récupéré le 15 Juin 2021 de https://www.fairtrade.net/about/fairtrade-organizations
Fairtrade (2021f). *Fairtrade producers overview*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www.fairtrade.net/impact/fairtrade-producers-overview
Fairtrade (2021g). *How Fairtrade differs from other labels*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www.fairtrade.net/about/how-fairtrade-differs
Fairtrade (2021h). *How Fairtrade works*. Récupéré le 16 Juin 2021 de https://www.fairtrade.net/about/how-fairtrade-works
Fairtrade (2021i). *Our mission and vision*. Récupéré le 16 Juin 2021 de https://www.fairtrade.net/about/mission
Fairtrade (2021j). *Our strategy*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www.fairtrade.net/about/strategy
Fairtrade (2021k). *Producer networks and producer organizations*. Récupéré le 06 2021 de https://www.fairtrade.net/about/producer-networks
Fairtrade (2021l). *What is Fairtrade?* Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www.fairtrade.net/about/what-is-fairtrade
Fairtrade-Belgium (2021). *Les différences entre Fairtrade & Rainforest Alliance*, Fairtrade Belgium. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www.fairtradebelgium.be/fr/footer/faq/les-differences-entre-fairtrade-rainforest-alliance/
Fairtrade-Foundation (2011). *Fairtrade and cocoa , commodity briefing*.
Fairtrade-Foundation (2016). *Commodity Briefing : Cocoa*.
Fairtrade-International (2010). *Fairtrade's contribution to a more sustainable world*.
Fairtrade-International (2016). *Journeys to change : Fairtrade theory of change*.
Fairtrade-International (2020). *Annual report 2019-2020: innovation and resilience for a more sustainable world*.
Fairtrade-West-Africa (2014). *Fairtrade cocoa in West Africa*.
Fold, Niels (2001). « Restructuring of the European chocolate industry and its impact on cocoa production in West Africa », *Journal of Economic Geography*, p. 405-420.
Fold, Niels (2002). « Lead firms and competition in « Bi-polar » commodity chains: grinders and branders in the global Cocoa-chocolate industry », *Journal of Agrarian Change*, vol. 2, no 2, p. 228-247.
Fountain, Antonie et Friedel Huetz-Adams (2018). *Cocoa barometer 2018*, Report, 76 p. Récupéré de https://www.voicenetwork.eu/wp-content/uploads/2019/08/Cocoaborometer2018_web4.pdf
Fountain, Antonie et Friedel Huetz-Adams (2020). *Cocoa Barometer 2020*.
Freire, Paolo (1972). *Cultural action for freedom*, UK: Penguin, Harmondsworth.

Gallo, Peter Jack, Raquel Antolin-Lopez et Ivan Montiel (2018). « Associative Sustainable Business Models: Cases in the bean-to-bar chocolate industry », *Journal of Cleaner Production*, vol. 174, p. 905-916.

Gardner, T. A., M. Benzie, J. Borner, E. Dawkins, S. Fick, R. Garrett, *et al.* (2019). « Transparency and sustainability in global commodity supply chains », *World Dev*, vol. 121, p. 163-177.

Gereffi, G., J. Humphrey et Timothy Sturgeon (2005). « The governance of global value chains », *Review of International Political Economy*, vol. 12, no 1, p. 78-104.

Girard, Bernard et Corinne Gendron (2011). « Commerce équitable : de quelle équité parle-t-on ? », *Éthique et économique*, vol. 2, no 8.

Giuliani, Elisa, Luciano Ciravegna, Andrea Vezzulli et Bernard Kilian (2017). « Decoupling Standards from Practice: The Impact of In-House Certifications on Coffee Farms' Environmental and Social Conduct », *World Development*, vol. 96, p. 294-314.

Glesne, Corrine (1999). « Making words fly: developing understanding through interviewing », dans *Becoming qualitative researchers, an introduction*, 3e éd.

Grabs, Janina et Stefano Ponte (2019). « The evolution of power in the global coffee value chain and production network », *Journal of Economic Geography*, vol. 19, no 4, p. 803-828.

Guétat-Bernard, Hélène et Nathalie Lapeyre (2017). « Les pratiques contemporaines de l'empowerment. Pour une analyse des interactions entre pratiques et théories, indivdu.e.s et collectifs. », *L'Harmattan*, vol. 2, no 63, p. 5-22.

Hatanaka, Maki et Lawrence Busch (2008). « Third-Party Certification in the Global Agrifood System:

An Objective or Socially Mediated Governance Mechanism? », *Sociologia Ruralis*, vol. 48, no 1.

Hayford, Kojo (2021). *EU Cocoa Dialogue Stakeholders Want Fair Pricing At The Heart Of Sustainability*, @thecocoapost. Récupéré le 3 Août 2021 de https://thecocoapost.com/eu-cocoa-dialogue-stakeholders-want-fair-pricing-at-the-heart-of-sustainability/

Hebbar, Prakash K. (2007). « Cacao disease: a global perspective from an industry point of view », *Phytopathology*, no 97, p. 1658-1663.

Hingley (2005). « Power imbalanced relationships: cases from UK fresh food supply », *International Journal of Retail & Distribution Management*, vol. 33, no 8, p. 551-569.

Hingley, Martin, Rob Angell et Adam Lindgreen (2015). « The current situation and future conceptualization of power in industrial markets », *Industrial Marketing Management*, vol. 48, p. 226-230.

Howard, Rebecca J., Anne M. Tallontire, Lindsay C. Stringer et Rob A. Marchant (2016). « Which "fairness", for whom, and why? An empirical analysis of plural notions of fairness in Fairtrade Carbon Projects, using Q methodology », *Environmental Science & Policy*, vol. 56, p. 100-109.

Humphrey, J. et H. Schmitz (2002). « How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? », *Regional studies*, vol. 36, no 9, p. 1017-1027.

Jaffee, Daniel (2012). « Weak Coffee: Certification and Co-Optation in the Fair Trade Movement », *Social Problems*, vol. 59, no 1, p. 94-116.

Johnson, Pierre (2011). « Le mouvement du commerce équitable et la Convention sur la diversité biologique », *Éthique et économique*, vol. 2, no 8.

Kaplinsky, R (2004). « Spreading the gains from globalisation », *Problems of Economic Transition*, vol. 47, no 2, p. 74–115.

Kolk, Ans (2005). « Corporate Social Responsibility in the Coffee Sector », *European Management Journal*, vol. 23, no 2, p. 228-236.

Kolk, Ans et Rob Van Tulder (2010). « International business, corporate social responsibility and sustainable development », *International Business Review*, vol. 19, no 2, p. 119-125.

Konefal, Jason, Michael Mascarenhas et Maki Hatanaka (2005). « Governance in the Global Agro-food System: Backlighting the Role of Transnational Supermarket Chains », *Agriculture and Human Values*, vol. 22, no 3, p. 291-302.

Koremenos, Barbara (2002). « Can cooperation survive changes in bargaining power? The case of coffee. », *Journal of Legal Studies*, vol. 31, no 1, p. 259.

Kuapa-Kokoo-Farmers-Union (2021). *Kuapa Kokoo - Papa Paa*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://kuapakokoo.com/kkfu

Lee, Joonkoo et Gary Gereffi (2015). « Global value chains, rising power firms and economic and social upgrading », *critical perspectives on international business*, vol. 11, no 3/4, p. 319-339.

Levy, David (2008). « Political contestation in global production networks », *Academy of Management Review*, vol. 33, no 4, p. 943-963.

Living Income and Standards systems: integrating living income (2020). The Living Income Community of Practice.

Magis, Kristen (2010). « Community Resilience: An Indicator of Social Sustainability », *Society & Natural Resources*, vol. 23, no 5, p. 401-416.

Mark&Spencer (2021). *Sustainability | Make it Matter | M&S*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www.marksandspencer.com/c/make-it-matter#intid=footernav_sustainability

Marques, José Carlos (2019). « Private regulatory capture via harmonization: An analysis of global retailer regulatory intermediaries », *Regulation & Governance*, vol. 13, no 2, p. 157-176.

McWilliam, Sarah E., Jung Kwan Kim, Ram Mudambi et Bo Bernhard Nielsen (2020). « Global value chain governance: Intersections with international business », *Journal of World Business*, vol. 55, no 4.

Mena, Sébastien, Marieke de Leede, Dorothée Baumann, Nicky Black, Sara Lindeman et Lindsay McShane (2009). « Advancing the Business and Human Rights Agenda: Dialogue, Empowerment, and Constructive Engagement », *Journal of Business Ethics*, vol. 93, no 1, p. 161-188.

Mena, Sébastien et Guido Palazzo (2015). « Input and Output Legitimacy of Multi-Stakeholder Initiatives », *Business Ethics Quarterly*, vol. 22, no 3, p. 527-556.

Miles, Matthew, AM Huberman et Johnny Saldaña (2014). *Qualitative data analysis: a methods sourcebook*, 3e éd., SAGE Publications.

Minah, Margitta et Agustina Malvido Pérez Carletti (2019). « Mechanisms of Inclusion: Evidence from Zambia's Farmer Organisations », *The European Journal of Development Research*, vol. 31, no 5, p. 1318-1340.

Mitiku, Fikadu, Yann de Mey, Jan Nyssen et Miet Maertens (2017). « Do Private Sustainability Standards Contribute to Income Growth and Poverty Alleviation? A Comparison of Different Coffee Certification Schemes in Ethiopia », *Sustainability*, vol. 9, no 2.

Mol, Arthur P. J. (2015). « Transparency and value chain sustainability », *Journal of Cleaner Production*, vol. 107, p. 154-161.

Naylor, Lindsay (2013). « "Some are more fair than others": fair trade certification, development, and North–South subjects », *Agriculture and Human Values*, vol. 31, no 2, p. 273-284.

O'Hara, Corey et Floriane Clement (2018). « Power as agency: A critical reflection on the measurement of women's empowerment in the development sector », *World Development*, vol. 106, p. 111-123.

Panigrahi, Swayam Sampurna, Bikram Bahinipati et Vipul Jain (2019). « Sustainable supply chain management », *Management of Environmental Quality: An International Journal*, vol. 30, no 5, p. 1001-1049.

Patton, M.Q. (2002). « Qualitative interviewing », dans *Qualitative research and evaluation methods*, Newbury Park, Sage, p. 339-422.

Patton, M.Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* SAGE Publications.

Pilling, David (2019). « The African farmers taking on big chocolate ».

Ponte, Stefano (2019). *Business, Power and Sustainability in a World of Global Value Chains*, London, Zed books Ltd.

Ponte, Stefano et Peter Gibbon (2005). « Quality standards, conventions and the governance of global value chains », *Economy and Society*, vol. 34, no 1, p. 1-31.

Pozzebon, Marlei (2018). « From aseptic distance to passionate engagement: reflections about the place and value of participatory inquiry », *RAUSP Management Journal*, vol. 53, no 2, p. 280-284.

Purcell, Thomas, Estefania Martinez-Esguerra et Nora Fernandez (2018). « The Value of Rents: Global Commodity Chains and Small Cocoa Producers in Ecuador », *Antipode*, vol. 50, no 3, p. 641-661.

Rainforest-Alliance (2013). *Annual report 2013 : connections*.

Rainforest-Alliance (2014). *Annual report 2014 : the elements of sustainability*.

Rainforest-Alliance (2015). *Annual report 2015*.

Rainforest-Alliance (2018). *Annual report 2018 : a stronger alliance*.

Rainforest-Alliance (2019a). *Annuel report 2019 : our alliance in action*.

Rainforest-Alliance (2019b). *Cocoa Farmers in Cameroon Transform Their Community | Rainforest Alliance*, Rainforest Alliance. Récupéré le 30 Juillet 2021 de http://https://www.rainforest-alliance.org/in-the-field/cocoa-farmers-cameroon-transform-community/

Rainforest-Alliance (2020a). *Annual report 2020: We thrive together*.

Rainforest-Alliance (2020b). *Global COVID-19 Report | Rainforest Alliance*, Rainforest Alliance. Récupéré le 30 Juillet 2021 de http://https://www.rainforest-alliance.org/in-the-field/global-covid-19-report/

Rainforest-Alliance (2020c). *Norme pour l'agriculture durable : exigences pour les exploitations*.

Rainforest-Alliance (2020d). *What is Mass Balance Sourcing? | Rainforest Alliance*, Rainforest Alliance. Récupéré le 30 Juillet 2021 de http://https://www.rainforest-alliance.org/business/certification/what-is-mass-balance-sourcing/

Rainforest-Alliance (2021a). *About | Rainforest Alliance*, @RnfrstAlliance. Récupéré le 30 Juillet 2021 de http://https://www.rainforest-alliance.org/about/

Rainforest-Alliance (2021b). *Cocoa certification data report*.

Rainforest-Alliance (2021c). *Cocoa certification data report 2020*, Rapport annuel. Récupéré de https://www.rainforest-alliance.org/business/wp-content/uploads/2021/05/Cocoa-Certification-Data-Report-2020.pdf

Rainforest-Alliance (2021d). *Home | Rainforest Alliance*, @RnfrstAlliance. Récupéré le 30 Juillet 2021 de http://https://www.rainforest-alliance.org/

Rainforest-Alliance (2021e). *Impact | Rainforest Alliance*, @RnfrstAlliance. Récupéré de http://https://www.rainforest-alliance.org/impact/

Rainforest-Alliance (2021f). *Quelle est la différence entre la certification Rainforest Alliance et la certification Fairtrade ? | Rainforest Alliance | Pour les entreprises*, Rainforest Alliance. Récupéré le 30 Juillet 2021 de http://https://www.rainforest-alliance.org/fr/business-fr/certification/quelle-est-la-difference-entre-la-certification-rainforest-alliance-et-la-certification-fairtrade/

Rasche, Andreas et Dirk Ulrich Gilbert (2012). « Institutionalizing global governance: the role of the United Nations Global Compact », *Business Ethics: A European Review*, vol. 21, no 1, p. 100-114.

Rashid, Sheikh Mohammed Mamur, Md Rezwan Islam et Md Quamruzzaman (2016). « Which factor contribute most to empower farmers through e-Agriculture in Bangladesh? », *SpringerPlus*, vol. 5, no 1.

Raynolds, Laura T. (2012). « Fair Trade Flowers: Global Certification, Environmental Sustainability, and Labor Standards », *Rural Sociology* vol. 77, no 4, p. 493-519.

Reinecke, Juliane, Stephan Manning et Oliver von Hagen (2012). « The Emergence of a Standards Market: Multiplicity of Sustainability Standards in the Global Coffee Industry », *Organization Studies*, vol. 33, no 5-6, p. 791-814.

Richards, Melanie, Thomas Zellweger et Jean-Pascal Gond (2017). « Maintaining Moral Legitimacy through Worlds and Words: An Explanation of Firms' Investment in Sustainability Certification », *Journal of Management Studies*, vol. 54, no 5, p. 676-710.

Ricketts, Katie, Calum Turvey et Miguel Gómez (2014). « Value chain approaches to development », *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, vol. 4, no 1, p. 2-22.

Riisgaard, Lone, Simon Bolwig, Stefano Ponte, Andries Du Toit, Niels Halberg et Frank Matose (2010). « Integrating poverty and environmental concerns into value-

chain analysis: a strategic framework and pratical guide. », *Development Policy Review*, vol. 28, no 2, p. 195-216.
Roberts, T. (2011). « Innovations in Governance: a functional typology of private governance institutions », *Duke Environmental Law & Policy forum*.
Robson (2002). *Real world research: a resource for social scientists and practictioner researchers*, Oxford, Blackwell Publishers, 599 p.
Rossi, Adanella, Sibylle Bui et Terry Marsden (2019). « Redefining power relations in agrifood systems », *Journal of Rural Studies*, vol. 68, p. 147-158.
Ryan (2011). *Chocolate nations: living and dying for cocoa in West Africa*, Zed Books.
Ryan (2019). « Cocoa farmers in west Africa at mercy of global markets », *Financial Times*.
Saunders, Lewis Thornhill (2009). « Formulating the research design » [5], dans *Research methods for business students*.
Schuster, Monica et Miet Maertens (2016). « Worker Empowerment Through Private Standards. Evidence from the Peruvian Horticultural Export Sector », *The Journal of Development Studies*, vol. 53, no 4, p. 618-637.
Sendilkumar, R. (2012). « Empowerment of Farmers through GALASA programme: a journey for sustainable agriculture development », *Indian Res J Ext Educ*, vol. 12, no 3, p. 92–96.
Shenton, A.D. (2004). « Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects », *Education for Information*, no 22, p. 63-75.
Singer, Abraham A. et Hamish Van der Ven (2019). « Beyond market, firm, and state: Mapping the ethics of global value chains », *Business and Society Review*, vol. 124, no 3, p. 325-343.
Sirdey, Ninon et Benoit Lallau (2020). « How do producer organisations enhance farmers' empowerment in the context of fair trade certification? », *Oxford Development Studies*, p. 1-15.
Stahl, Konrad et Roland Strausz (2017). « Certification and market transparency », *Review of Economic Studies*, vol. 84, no 4, p. 1842-1868.
Stake, R.E. (1998). « Qualitative case studies », dans *Strategies of qualitative inquiry*, Sage Publications.
Statista (2021a). *Cocoa price worldwide 2016-2020*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www-statista-com.proxy2.hec.ca/statistics/498496/global-cocoa-price/
Statista (2021b). *Cocoa price worldwide 2016-2020 | Statista*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www-statista-com.proxy2.hec.ca/statistics/498496/global-cocoa-price/
Statista (2021c). *Global chocolate confectionery market 2020 | Statista*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www-statista-com.proxy2.hec.ca/forecasts/983554/global-chocolate-confectionery-market-size
Statista (2021d). *Global cocoa production share by region, 2020/2021*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www-statista-com.proxy2.hec.ca/statistics/235975/percentage-of-global-cocoa-production-by-world-region/

Statista (2021e). *Global cocoa production, 2020/21 | Statista*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www-statista-com.proxy2.hec.ca/statistics/262620/global-cocoa-production/

Statista (2021f). *Leading countries of cocoa bean processing worldwide, 2020/2021 | Statista*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www-statista-com.proxy2.hec.ca/statistics/238242/leading-countries-of-global-cocoa-bean-processing/

Statista (2021i). *Revenue of the cocoa market worldwide by country 2019 | Statista*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www-statista-com.proxy2.hec.ca/forecasts/758619/revenue-of-the-cocoa-market-worldwide-by-country

Statista (2021j). *Statistics and facts on the cocoa industry*. Récupéré le 30 Juillet 2021 de https://www-statista-com.proxy2.hec.ca/topics/3211/cocoa-industry/

Steiner, Artur Adam et Jane Farmer (2017). « Engage, participate, empower: Modelling power transfer in disadvantaged rural communities », *Environment and Planning C: Politics and Space*, vol. 36, no 1, p. 118-138.

Terazono, Emiko (2019). « Choc tactics: Ghana and Ivory Coast plot 'Opec for cocoa' ».

Thorlakson, Tannis (2018). « A move beyond sustainability certification: The evolution of the chocolate industry's sustainable sourcing practices », *Business Strategy and the Environment*, vol. 27, no 8, p. 1653-1665.

Timmermans, Stefan et Steven Epstein (2010). « A World of Standards but not a Standard World: Toward a Sociology of Standards and Standardization », *Annual Review of Sociology*, vol. 36, no 1, p. 69-89.

Toffel, Michael W., Jodi L. Short et Melissa Ouellet (2015). « Codes in context: How states, markets, and civil society shape adherence to global labor standards », *Regulation & Governance*, vol. 9, no 3, p. 205-223.

Trienekens, Jacques H. (2012). « Value chains in developing countries: a framework for analysis », dans Meine Pieter Van Dijk et Jacques Trienekens (dir.), *Global value chain: Linking local producers from developing countries to international markets*, Amsterdam, Amsterdam University Press, p. 43-70.

Turcotte, Marie-France, Juliane Reinecke et Frank den Hond (2014). « Explaining variation in the multiplicity of private social and environmental regulation: a multi-case integration across the coffee, forestry and textile sectors », *Business and Politics*, vol. 16, no 1, p. 151-189.

Utting, Karla (2009). « Assessing the Impact of Fair Trade Coffee: Towards an Integrative Framework », *Journal of Business Ethics*, vol. 86, p. 127-149.

UTZ-Certified (2007). *Annual report 2007*.

Valkila, Joni, Pertti Haaparanta et Niina Niemi (2010). « Empowering Coffee Traders? The Coffee Value Chain from Nicaraguan Fair Trade Farmers to Finnish Consumers », *Journal of Business Ethics*, vol. 97, no 2, p. 257-270.

Van Dijk, Meine Pieter et Jacques Trienekens (2011). « Global Value Chains An Overview of the Issues and Concepts », dans Meine Pieter Van Dijk et Jacques Trienekens (dir.), *Global Value Chains: Linking Local Producers from Developing Countries to International Markets*, Amsterdam University Press.

Van Dijk, Meine Pieter et Jacques Trienekens (2012a). « Global value chain, an overview of the issues and concepts », dans *Global value chains: linking local producers from developing countries to international markets* Amsterdam, Amsterdam University Press, p. 9-30.

Van Dijk, Meine Pieter et Jacques Trienekens (2012b). « Upgrading of Value Chains in Developing Countries », dans Meine Pieter Van Dijk et Jacques Trienekens (dir.), *Global Value Chains: inking Local Producers from Developing Countries to International Markets*, Amsterdam University Press.

Van Rijn, Fedes, Lucas Judge, Ricardo Fort, Tinka Koster, Yuca Waarts et Ruerd Ruben (2016). *Fairtrade certification in the banana hired labour sector*, LEI Wageiningen UR.

Vertinsky, Ilan et Dongsheng Zhou (2000). « Product and process certification: Systems, regulations and international marketing strategies », *International Marketing Review*, vol. 17, no 3, p. 231-252.

Vogel, David (2010). « The private regulation of global corporate conduct, achievements and limitations », *Business & Society*, vol. 49, no 1.

Voora, Vivek, Steffany Bermùdez et Cristina Larrea (2019). *Global market report: cocoa*, International Institute for Sustainable Development. Récupéré de https://www.iisd.org/sites/default/files/publications/ssi-global-market-report-cocoa.pdf

Wahl, Antje et Gary Q. Bull (2013). « Mapping Research Topics and Theories in Private Regulation for Sustainability in Global Value Chains », *Journal of Business Ethics*, vol. 124, no 4, p. 585-608.

Welch, Catherine, Rebecca Piekkari, Emmanuella Plakoyiannaki et Eriikka Paavilainen-Mäntymäki (2010). « Theorising from case studies: Towards a pluralist future for international business research », *Journal of International Business Studies*, vol. 42, no 5, p. 740-762.

Wettstein, Florian, Elisa Giuliani, Grazia D. Santangelo et Günter K. Stahl (2019). « International business and human rights: A research agenda », *Journal of World Business*, vol. 54, no 1, p. 54-65.

Wynberg, Rachel et Maria Hauck (2014). « People, Power, and the Coast: a Conceptual Framework for Understanding and Implementing Benefit Sharing », *Ecology and Society*, vol. 19, no 1.

Zhou, Min, Kannan Govindan et Xiongbiao Xie (2020). « How fairness perceptions, embeddedness, and knowledge sharing drive green innovation in sustainable supply chains: An equity theory and network perspective to achieve sustainable development goals », *Journal of Cleaner Production*, vol. 260.

Annexes

Annexe 1 : Guide d'entrevue général (modèle de référence)

Présentation et autorisation

Merci d'avoir accepté de répondre à cette interview. Je pense que votre expérience dans le secteur des certifications pourrait apporter un atout considérable à ma recherche.

Cette interview est réalisée dans le cadre de mon mémoire de recherche en affaires internationales à HEC Montréal et durera environ 40 min. Mon sujet de recherche porte sur l'industrie du chocolat et je cherche à comprendre comment les standards fonctionnent pour résoudre les disparités socio-environnementales du secteur du cacao et comment ils améliorent les conditions de vie des producteurs.

Également, afin d'analyser les informations, je dois réaliser un verbatim. M'autorisez-vous à enregistrer cette conversation ?

1/ Informations générales

- Pour commencer, pouvez-vous me résumer votre expérience dans l'industrie du chocolat ?

2/ Fonctionnement des certifications

- Au niveau du fonctionnement des standards, pouvez-vous m'expliquer le processus de certifications des fèves de cacao ?
- Est-ce que les standards sont accessibles à tous les agriculteurs ou existent-ils des barrières ?
- Quels sont les avantages et désavantages des certifications ?
    - Pour les agriculteurs
    - Les commerçants de cacao
    - Les transformateurs
    - Les compagnies de chocolat
    - Les commerces de détail

3/ Amélioration des conditions de vie des agriculteurs

- Comment les certifications améliorent leurs conditions de vie ?
    - Revenu vital
    - Infrastructures (santé, éducationnelle)
    - Financement/crédits/investissement pour la production
    - Qualité de l'eau
    - Coopératives

- Qu'est-ce que les certifications permettent aux agriculteurs (en termes de pouvoir d'agir)?
    - Participer aux décisions politiques locales et en prendre
    - Prise de conscience de leur position et capacité à agir (à demander, à vouloir)
    - Développement d'un réseau de contacts, leadership, gestion du foyer, etc.
    - Adoption de nouvelles pratiques d'agricultures, de machines et équipements
    - Investissement, épargne, prêts.
- Pensez-vous que les agriculteurs certifiés ont une meilleure position dans la chaîne de valeur ? Si oui, pourquoi ?
- Outre les ressources données par les certifications, que constatez-vous de différent chez un agriculteur certifié depuis un certain temps et un agriculteur non certifié ? Pouvez-vous me donner un exemple ?
- Comment les standards affectent les autres acteurs de l'industrie ?

4/ Limites des certifications

- Qu'est-ce que votre organisation vise à faire encore ? Que reste-t-il à faire ?
- Dans la certification des produits, quels sont les obstacles et défis que vous rencontrez ?
- *On voit beaucoup de certifications différentes dans une même industrie.* Pensez-vous que certaines certifications sont meilleures que d'autres ? Si oui ou non, pourquoi ? Qu'est-ce qui diffère entre ces certifications ?

5/ Nouvelle perspective pour un cacao durable

- Que pensez-vous que le revenu vital apporte de plus pour les standards et pour les agriculteurs ?
- Comment voyez-vous l'avenir des certifications dans l'industrie ?

6/ Conclusion

- Avez-vous des commentaires en plus sur le sujet, des éléments à rajouter ? Des pistes de réflexion à explorer ?
- Connaissez-vous des personnes qui seraient intéressées à participer à la recherche ?

Je vous remercie pour vos réponses et votre temps. Je reste à votre disposition si vous avez des questions ou des commentaires à ajouter.

Annexe 2 : Guide d'entrevue général (exemple d'un modèle adapté)

Présentation et autorisation

Merci d'avoir accepté de répondre à cette interview. Je pense que votre expérience dans le secteur du cacao pourrait apporter un atout considérable à ma recherche.

Cette interview est réalisée dans le cadre de mon mémoire de recherche en affaires internationales à HEC Montréal et durera environ 40 min. Mon sujet de recherche porte sur l'industrie du chocolat et je cherche à comprendre comment les standards fonctionnent pour résoudre les disparités socio-environnementales du secteur du cacao et créer une chaîne de valeur équitable et comment ils améliorent les conditions de vie des producteurs.

Également, afin d'analyser les informations, je dois réaliser un verbatim. M'autorisez-vous à enregistrer cette conversation ?

1/ Informations générales

- Sous quelle certification êtes-vous certifié ?
- Depuis combien de temps êtes-vous dans le secteur du cacao ?
- Quelle a été l'évolution de ce secteur ? Qu'est-ce qui a changé au cours des années ?

2/ Fonctionnement des certifications

- Pouvez-vous me décrire en détail votre coopération et comment elle fonctionne ?
- Que pensez-vous des certifications en général ?
- Comment les certifications ont impacté/changé votre travail ?
    - Travail des enfants
    - Amélioration technologique
    - Etc.
- Quels sont les avantages et désavantages des certifications pour un agriculteur ?
    - Aide
    - Coût
    - Prêt
    - Etc.

3/ Amélioration des conditions de vie des agriculteurs

Apports sociaux, politiques, familiaux et autres :

- Comment les certifications ont impacté votre vie au quotidien autre que le travail ?
  Qu'est-ce que cela à apporter dans votre vie au quotidien (autres qu'économiques)
    - Revenu
    - Qualité de vie
    - Infrastructure
    - Etc.
- Est-ce que les certifications vous ont permis de développer de nouvelles compétences et connaissances dans votre travail au quotidien ?

- Pouvez-vous me donner un exemple de ce que vous faites aujourd'hui que vous ne faisiez pas avant (sans certification) dans vos tâches au travail ?
- Êtes-vous satisfait des conditions de travail actuelles des producteurs de cacao ?
- Quelles actions pensez-vous pouvoir entreprendre pour améliorer les conditions de travail ou la production ?
- Est-ce que les certifications ont amélioré votre vie en général ou sans plus ?

Apports économiques :

- À quel point est-ce facile de trouver un acheteur pour vos fèves ? *Avez-vous toujours le même acheteur ou est-ce facile de trouver un acheteur ?*
- À quel point est-ce facile pour les acheteurs de trouver des fèves ? *Est-ce facile pour eux de trouver d'autres fèves comme les vôtres ailleurs ?*
- Est-ce que les fèves certifiées se vendent mieux ? *Vendez-vous mieux vos fèves depuis que vous êtes certifiés ?*

Relations (de pouvoir) :

- Comment les certifications ont modifié vos relations avec les autres acteurs de l'industrie du chocolat ?
- Pensez-vous que d'être certifié vous permet d'avoir une meilleure position dans la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat ? Si oui ou non, pourquoi ?

4/ Limites des certifications

- Pensez-vous que les programmes des certifications sont adaptés au contexte et à la culture du pays ? Si oui ou non, pourquoi ?
- Connaissez-vous le revenu vital ? Qu'en pensez-vous ?
- Qu'est-ce que vous jugez avoir besoin pour améliorer les conditions de travail, ou encore le prix du cacao ? Qu'est-ce qui doit changer et être adapté ?

5/ Nouvelle perspective pour un cacao durable

- Comment voyez-vous l'avenir des certifications dans l'industrie ?

6/ Conclusion

- Avez-vous des commentaires en plus sur le sujet, des éléments à rajouter ? Des pistes de réflexion à explorer ?
- Connaissez-vous des personnes qui seraient intéressées à participer à la recherche ?

Je vous remercie pour vos réponses et votre temps. Je reste à votre disposition si vous avez des questions ou des commentaires à ajouter.

Annexe 3 : Listes et types de documents analysés (version détaillée)

Type de document	Nombre	Informations additionnelles et période couverte
Fairtrade		
Rapport annuel	14	De 2003 à 2020 (excluant 2015, 2016 et 2017)
Rapport de suivi	12	De 2007 à 2019 (excluant 2016)
Recherche et guide	12	De 2010 à 2018 avec interruption[14]
Recherche et évaluation externe	8	De 2009 à 2018 avec interruption, non produit par Fairtrade
Page web officielle	10	Articles et pages informatives des sites officiels de Fairtrade International et Fairtrade Canada
Rainforest Alliance		
Rapport annuel	11	De 2013 à 2020 sans interruption, avec les rapports annuels de UTZ de 2007 et 2017.
Rapport de suivi	6	De 2012 à 2020, avec interruption
Recherche et guide	20	De 2015 à 2020, avec interruption et documents de UTZ
Recherche et évaluation externe	2	2008-2012 et 2018. Les documents concernent UTZ
Page web officielle	12	Articles et pages informatives des sites officiels de RA et UTZ
Transformateurs de cacao : Barry Callebaut, OLAM et Cargill		
Rapport annuel Barry Callebaut	7	De 2009 à 2020 avec interruption
Rapport annuel OLAM	15	De 2005 à 2020
Rapport annuel Cargill	3	De 2016 à 2019
Entreprises de chocolat : Mars, Hershey, Ferrero et Mondelez		
Rapport annuel Mars	4	De 2017 à 2020
Rapport annuel Hershey	7	De 2013 à 2019
Rapport annuel Ferrero	11	De 2008 à 2019
Rapport sur les droits de l'Homme (Mars, Mondelez)	3	2019-2020
Page web officielle (Mondelez, Ferrero)	2	Articles et pages informatives des sites officiels de Mondelez et Ferrero
Commerce de détail : Carrefour, Métro et Sobeys		
Rapport annuel (Carrefour, Métro)	2	2019-2020
Page web officielle (Sobeys, Carrefour)	3	Articles et pages informatives des sites officiels de Sobeys et Carrefour
TOTAL	**164**	

Source : créé par l'auteure

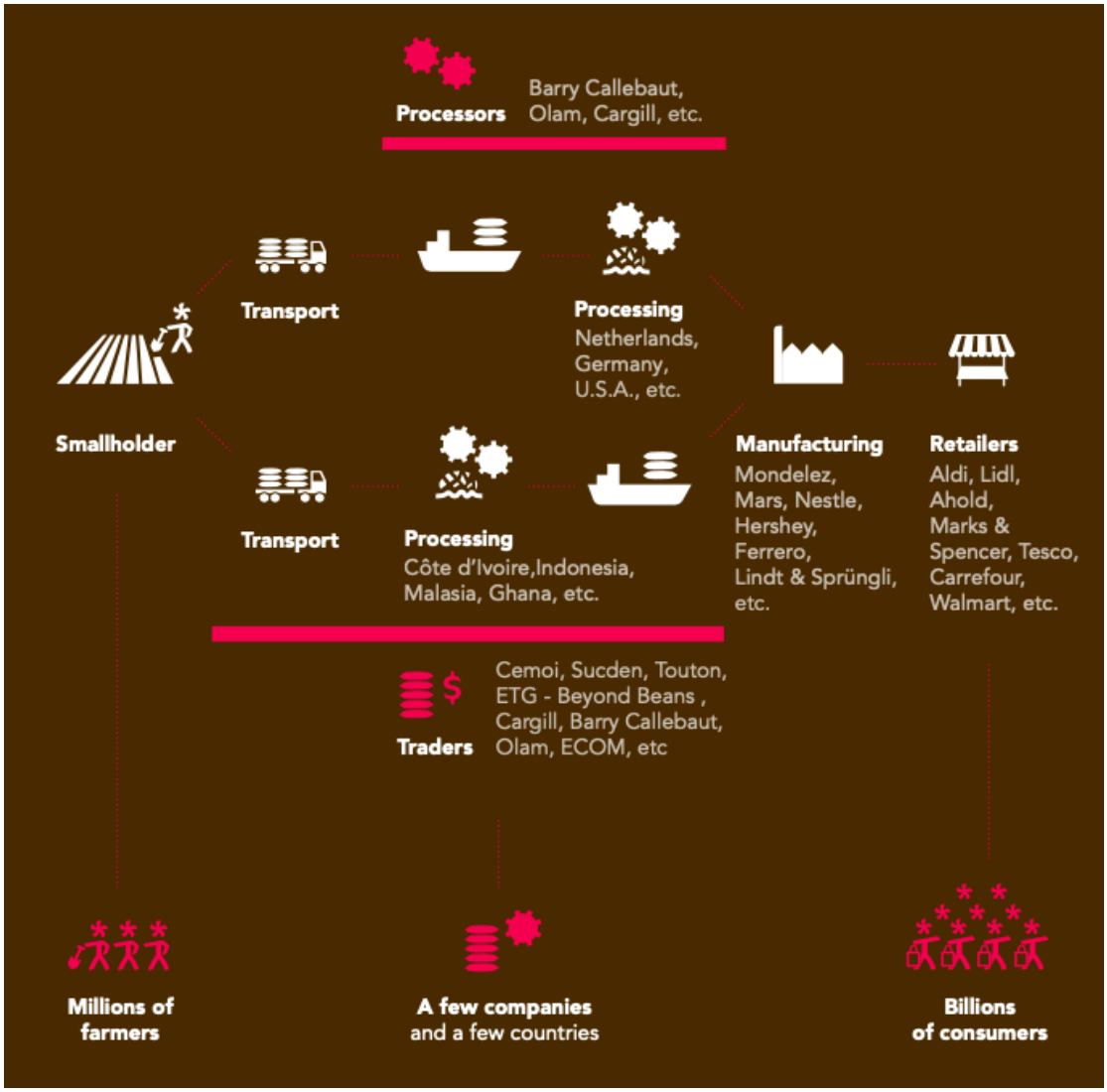
[14] Il manque une ou plusieurs années dans la période étudiée

Annexe 4 : Arbre de codes

Codes	Définition
Modifications	
Transparence pos.	La transparence fait référence aux éléments qui les certifications permettent d'obtenir ou rendre visible aux autres acteurs. La digitalisation est un outil.
Transparence neg.	A qui sert cette transparence ? Ici, fait référence à l'utilisation des informations par les acteurs du haut. Limite de la digitalisation.
Conditions spécifiées	Par qui les conditions de production sont-elles spécifiées ? Entreprises, conso….
Modification des activités	Modification des activés de la chaîne et des entreprises avec les certifications
Coûts de changement	Est-ce difficile de changer de fournisseur ? Pour qui ?
Valeur ajoutée pour producteur	
VA: différenciation	Grâce aux normes et pratiques de la certification, on se différencie (nouveau marché) et on est plus compétitif (intersectoriel)
VA: optimisation	Meilleur rendement (optmisiation -> augmentation de la valeur)
VA: qualité	Meilleure qualité du cacao et de la production (produit -> augmentation de la valeur)
VA: conditions de prod.	Conditions de productions socio-environnementales meilleures (produit -> augmentation de la valeur)
Modification des relations	
MR: contrat	Contrats formels à long terme --> Relations commerciales directes entre les entreprises et les producteurs.
MR: relations horizontales agricult.	On retrouve l'achat conjoint d'intrants, l'utilisation conjointe de produits et la commercialisation conjointe de produit. Mais aussi le renforcement des liens horizontaux. Grâce aux certifications et coopérative, ainsi qu'à la prime, il y a des liens entre les commuanutés qui se forment.
MR: relations verticales agricult.	Participer au bon canal pour le bon marché et relations avec les autres acteurs de la chaîne. On parle de confiance.
P: Empowerment	Prise de contrôle sur leur propre vie (économique, familial et social, politique, psychologique, connaissances)
Pouvoir	
P: réduction risque entrep.	réduction des risques pour les entreprises, notamment au niveau du coût socio-environnementale de la production de chocolat et atteindre plus de légitimité. Dû, en parti, au fait que ce soit un organisme indépendant qui s'occupe de la vérification de la chaîne et rempli leurs conditions de RSE.
P: dépendance agric. Envers entrep.	Les contrats directs rendent les coopératives dépendantes des entreprises. Encore plus s'il n'y a plus la certification par un tiers mais les programmes in-house des entreprises.
P: certifications	En ayant la possibilité de dicter les conditions de production etc.
P: domination downstream	Pouvoir très fort des entreprises du secteur Downstream, que les certifications viennent renforcer.
P: upstream dominé	Les secteurs upstream ont beaucoup moins de pouvoir, difficulté à négocier les prix, impositions de règles en tout genre sans consultation etc.
Justice sociale	
Résilience	Fournir la résilience est un des buts des certificateurs. Ainsi plusieurs stratégies (actions) sont mises en place.
Amélioration économique	Amélioration du revenu etc. grâce à la certification (grâce au rendement obtenu par les bonnes pratiques, les formations en gestion, du prix minimum garanti et de la prime)
Amélioration sociale	Impact des certifications sur les foyers, les ménages, les femmes et les enfants, conditions de travail, la sécurité de la santé (qui affectent les conditions de vie), etc.

Source : créée par l'auteure

Annexe 5 : la chaîne de valeur de l'industrie du chocolat

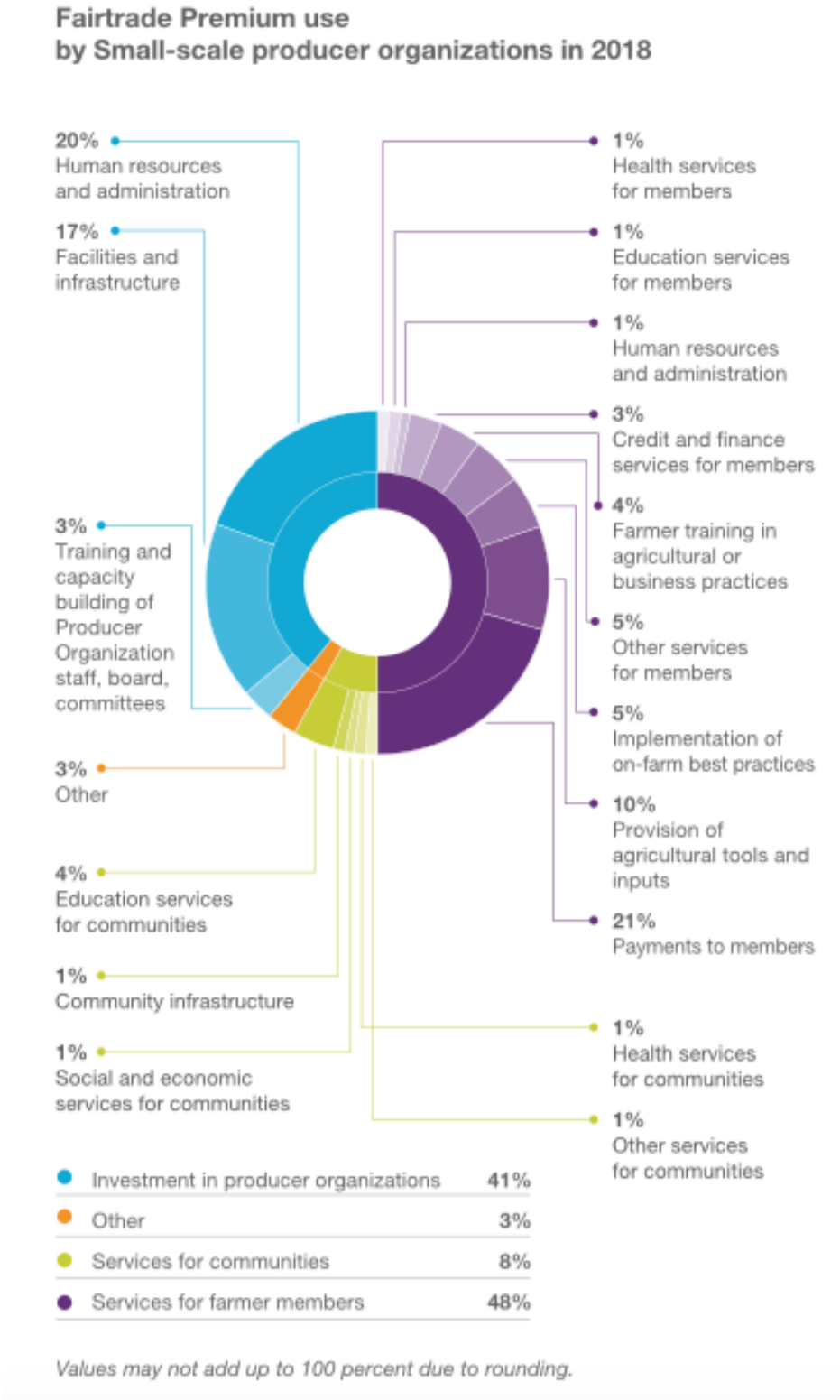


Source : Fountain et Huetz-Adams (2020)

Annexe 6 : Prix du cacao de janvier 2016 à mars 2020

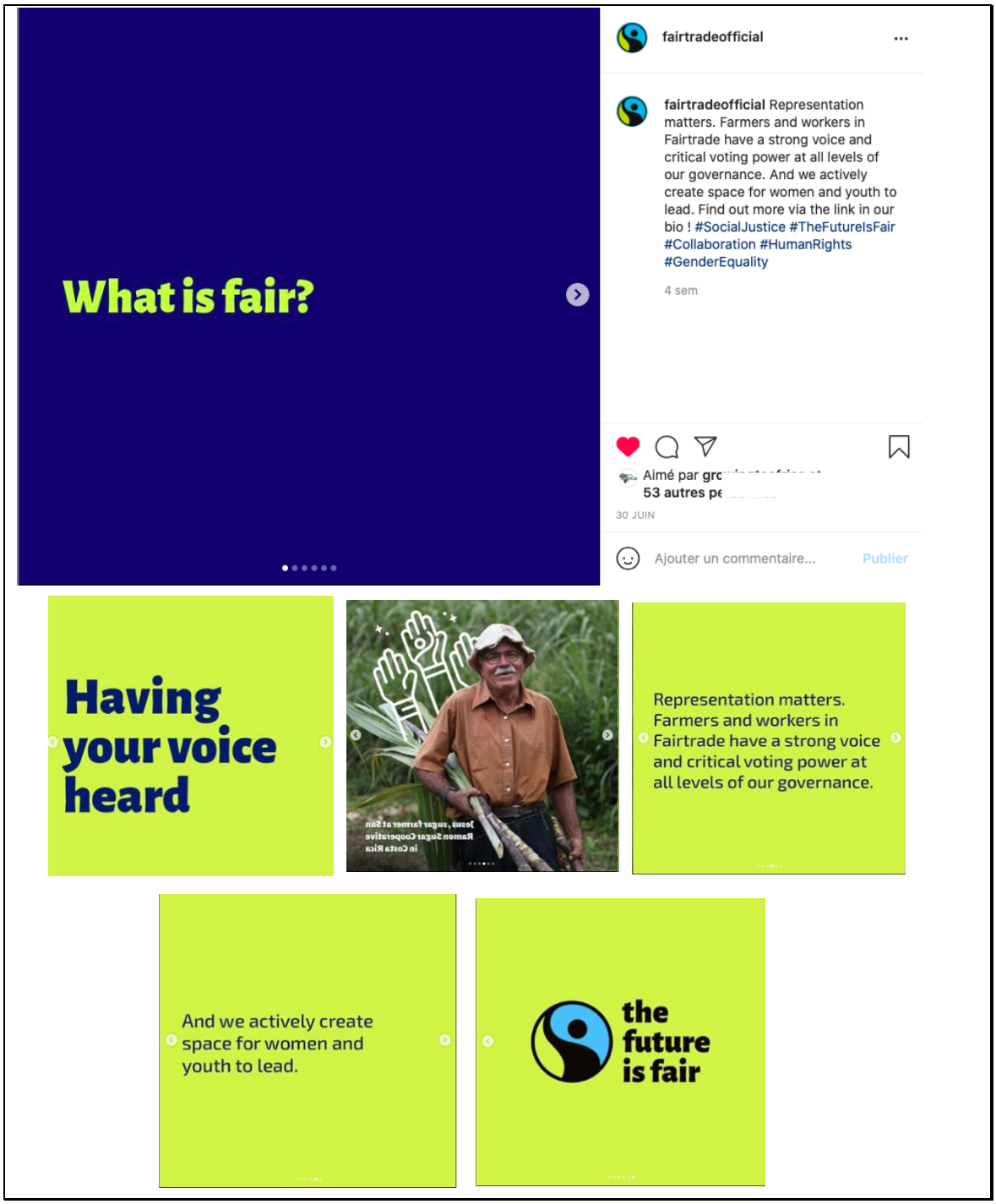
Source : Statista (2021a)

Annexe 7 : Répartition de l'utilisation de la prime Fairtrade en 2018



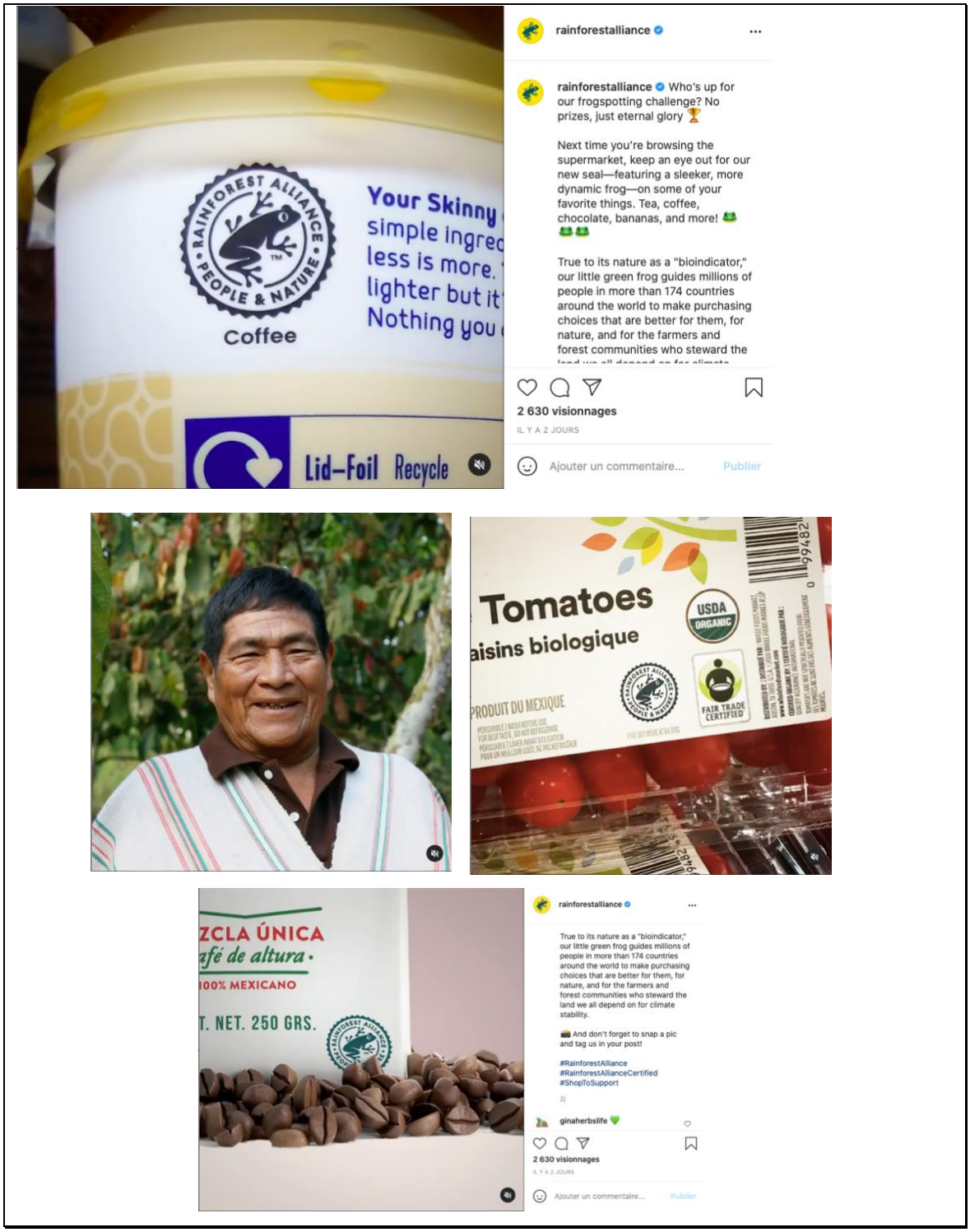
Source : Fairtrade-International (2020)

Annexe 8 : Exemple de publication réalisée par Fairtrade pour la sensibilisation des consommateurs



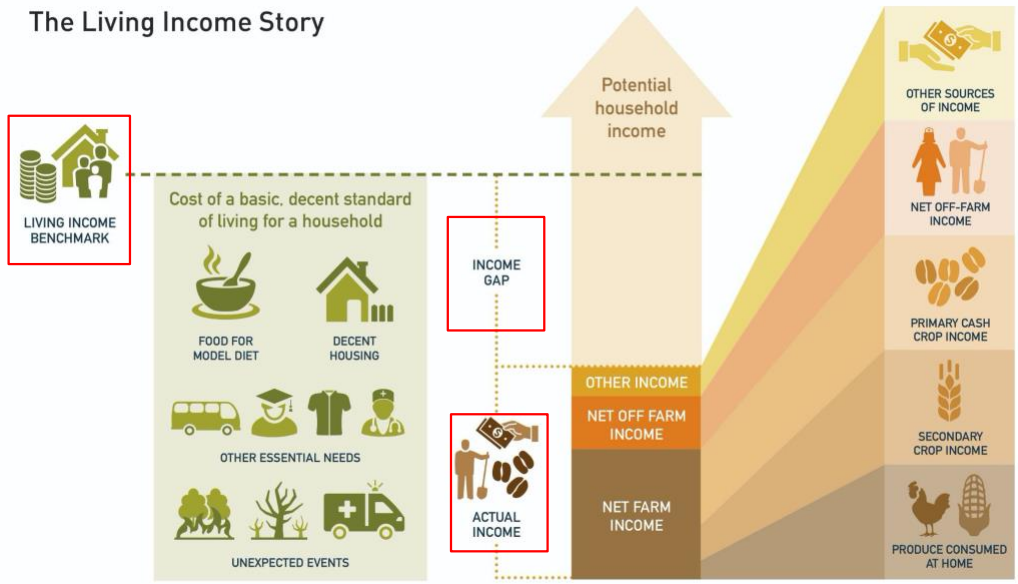
Source : @Fairtradeofficiel (2021)

Annexe 9 : Exemple de publication réalisée par Rainforest Alliance pour la sensibilisation des consommateurs



Source : @Rainforestalliance (2021)

Annexe 10 : modèle du revenu vital



Source : *Living Income and Standards systems: integrating living income* 2020)