

Université de Neuchâtel
Faculté des lettres et sciences humaines

Institut d'Ethnologie
Rue Saint-Nicolas 4
2000 Neuchâtel, Suisse

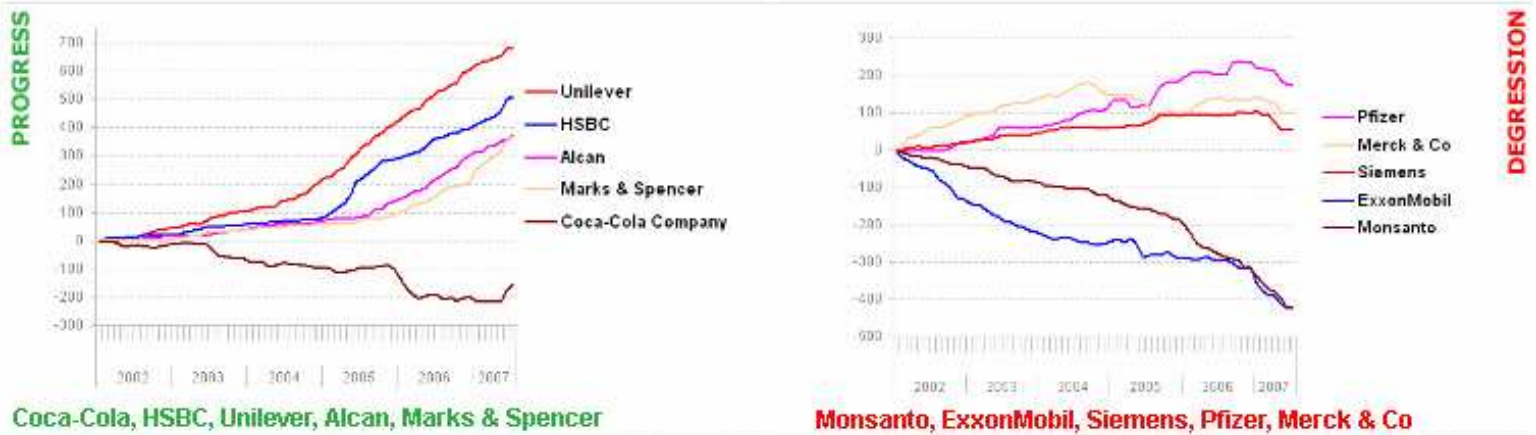
<http://www.unine.ch/ethno/>

Kian RIEBEN
4, Avenue de la Martinière
1225 Chêne-Bourg
022 344 49 39
kian.rieben@unine.ch

Kian RIEBEN

Ethnographie d'un système de cotation éthique :
Qualifier l'incertitude d'une situation hybride

EthicalQuote main progress and degression over the last month. Updated: 12.07.2007



Mémoire de licence en ethnologie
Date de soutenance : 22 février 2007
Directrice du mémoire : Mme Ellen HERTZ
Membre du jury : M. Olivier CREVOISIER

Figure 1 (page de titre) : Résultats tirés de la page d'accueil du site Internet de Covalence SA.

RÉSUMÉ

Le terrain de ce mémoire est *Covalence SA*, une société genevoise dont l'activité est assez récente et innovante. Cette agence propose des analyses concernant la réputation éthique sur Internet des grandes multinationales cotées en bourses. C'est *EthicalQuote*, le système de cotation éthique élaboré par l'agence, qui est l'objet d'étude principal. Comme tout objet technique, il n'est pas déconnecté des personnes qui l'on conçu, ni de celles susceptibles de l'utiliser. C'est un système hybride car composé d'humains - de leurs personnes physiques, de leurs idées, de leurs interactions – et de non humains - d'interfaces informatiques, de lignes de codage, de formulaires. Hybride il l'est aussi quand à la manière qu'il a d'agencer des êtres de natures variées : éthiques, réputations, multinationales, courbes graphiques...

L'ethnologue n'est ni étranger, ni extérieur à ce dialogue entre humain et objet technique. Le regard qu'il porte sur un outil, quel qu'il soit, informe peut-être plus sur son approche, sa position que sur l'outil lui-même. Mais ce regard tente d'être le plus conscient possible de son effet performatif et surtout de celui des mots utilisés pour décrire. A ce titre, le présent travail se veut une lente et prudente progression vers l'objet, vers ce système et les dynamiques nouvelles et inconnues auxquelles il participe. L'objectif n'est pas de décrire l'outil pour lui-même, comme le ferait bien mieux un technicien, mais de saisir l'inscription de cet outil dans une *situation* au sens de Boltanski et Thévenot.

Ce que cette lente progression dévoile, c'est le travail de *qualification* simultanée de l'objet et de la *situation* qui lui donne sens. Un travail que tous les acteurs concernés mettent en œuvre : concepteurs, utilisateurs potentiels, observateurs, journalistes et bien entendu l'ethnologue lui-même, moi en l'occurrence. C'est donc aussi de moi qu'il sera question, de ma position face à une situation que je ne parviens pas à qualifier et de ma conclusion : cette situation ne peut-être qualifiée par l'ethnologue que je suis, parce qu'elle ne l'est pas non plus pour les

protagonistes plus impliqués. Ce serait faire preuve d'une prétention normative ou performative - qui va à l'encontre d'une certaine éthique du travail d'ethnologue - que de prétendre pouvoir, seul, qualifier pour les autres ce que j'ai vu. Tout au plus, la présente description contribuera peut-être à l'élaboration d'une qualification partagée.

Ce cheminement débutera par des considérations méthodologiques. L'apport théorique des *économies de la grandeur* de Boltanski et Thévenot posera ensuite le cadre de pertinence de leurs concepts de *cité* , d'*épreuve*, de *qualification* et de *situation*. Bien que ce ne soit pas l'objet de ce mémoire un éclairage philosophique sur la notion d'*éthique* m'a paru nécessaire. Un détour par la littérature spécialisée qui propose ses propres qualifications, incluant *Covalence* dans les catégories d'*organisme d'analyse sociétale* ou d'*agence de notation extrafinancière*, permettra de poser le contexte dans lequel semble s'inscrire *Covalence*. Ce sera l'occasion d'introduire la notion de *marché* telle que Callon l'utilise et de problématiser la nature de l'agence, notamment la pertinence de son inscription dans tel ou tel contexte plus général. C'est enfin cette dernière dont il sera question à travers un historique et une présentation de ses membres. Ensuite, une description détaillée d'*EthicalQuote* permettra au lecteur de se faire une idée sur ce qu'est cet outil et ce qu'il fait. Suivra une description des observations menées au quotidien qui révélera les problématiques auxquelles étaient confrontés alors les membres de l'agence et la dynamique dans laquelle ils étaient inscrits. En conclusion, c'est la problématique de la qualification de l'agence, de son outil et de son utilisation, qui sera reprise.

TABLE DES MATIÈRES

I. INTRODUCTION	1
I.1 DÉMARCHE ET CHOIX DU SUJET	1
I.2 STRUCTURE DU MEMOIRE	3
I.3 METHODOLOGIE.....	4
I.3.1 L'entrée dans le terrain.....	4
I.3.2 Les premiers contacts.....	5
I.3.3 Contraintes du terrain et nature des sources	8
I.4 CADRE THEORIQUE	10
I.4.1 Introduction.....	10
I.4.2 Les limites du modèle.....	11
I.4.3 De l'agapè à la violence : le « régime de justesse »	12
I.4.4 Du particulier au général : les « régimes d'engagements »	13
I.4.5 Le concept de « cité ».....	14
I.4.6 Le concept de « qualification »	16
I.4.7 La pluralité des « cités »	17
I.4.8 Le concept d'« épreuve »	17
I.4.9 La « capacité cognitive » des individus.....	18
I.4.10 Les « conflits » et la notion de « critique »	19
I.4.11 L'« apaisement de la critique » et les « compromis »	20
I.4.12 La stabilisation des « compromis ».....	20
I.4.13 « Relativisation » et relativisme	21
II. DESCRIPTION	22
II.1 LES NOTIONS D'« ETHIQUE » ET DE « MORALE »	22
II.1.1 L'« éthique » et la philosophie morale	23
II.1.2 L'utilitarisme	24
II.1.3 Le libertarisme.....	25
II.1.4 Le marxisme.....	26
II.1.5 L'égalitarisme de John Rawls.....	27
II.1.6 L'approche de Boltanski et Thévenot.....	28
II.2. DELIMITATION DU CONTEXTE	29
II.2.1 Le cadre général.....	29
II.2.2. Les « organismes d'analyse sociétale ».....	32
II.2.2.1 L'origine institutionnelle et sociale de l'organisme	33
II.2.2.2 Le statut juridique	34
II.2.2.3 Les activités	34
II.2.2.4 L'univers évalué.....	35
II.2.2.5 Les critères ou thématiques d'analyse.....	36

II.2.2.6 La clientèle.....	37
II.2.2.7 La finalité.....	37
II.2.3 Historique de l'ISR et des agences de notation extrafinancière	38
II.2.4 L'ampleur de l'ISR dans l'activité boursière.....	40
II.3. COVALENCE.....	42
II.3.1. Historique de l'agence.....	42
II.3.2. Présentation des membres	43
II.3.3. Présentation des lieux.....	45
II.4. ETHICALQUOTE.....	46
II.4.1 Introduction	47
II.4.2. La collecte des données	47
II.4.2.1 L'« aspiration » de données : un « filtre » technique	47
II.4.2.2. La sélection des données : un « filtre » humain	50
II.4.3. Le codage.....	51
II.4.3.1. Description succincte	51
II.4.3.2. Le calcul du score éthique.....	51
II.4.3.3. Description détaillée des phases de codage.....	54
II.4.3.3.1. Déterminer s'il s'agit d'une offre ou d'une demande	54
II.4.3.3.2. Déterminer les critères	55
II.4.3.3.3. Les documents identiques	56
II.4.3.3.4. Les informations génératrices de variables	57
II.4.4. L'usage d'EthicalQuote pour la vente de produits	60
II.4.4.1 Les rapports « customisés »	61
II.4.4.2 L'éthique opérationnelle	62
II.5. LE TRAVAIL QUOTIDIEN : QUALIFICATION DE L'OFFRE ET DU MARCHÉ.....	64
II.5.1. La structure des « réunions du mardi »	64
II.5.2. Les contraintes financières	65
II.5.3. Le démarchage de clients.....	66
II.5.3.1. L'identification des clients potentiels	66
II.5.3.2. L'élaboration de l'offre.....	66
II.5.3.3. L'analyse des réponses négatives et des non-réponses.....	68
II.5.4. L'état général de la demande.....	69
II.5.5. L'attractivité de l'offre.....	70
II.5.6. Les évolutions à moyen et long terme	71
II.5.7. L'enchevêtrement des problématiques.....	73
III. SYNTHÈSE.....	74
III.1. LA NOTION DE MARCHÉ.....	75
III.2. LES CONCEPTS D'ÉPREUVE ET DE CITE.....	77

BIBLIOGRAPHIE

ANNEXE I : Formulaire d'entrée

ANNEXE II : Liste des critères

ANNEXE III : Extraits de rapport

ANNEXE IV : Document interne : Position de Covalence dans les marchés connexes

I. Introduction

I.1 Démarche et choix du sujet

Mes études à la fois anthropologiques et sociologiques, ainsi que l'ouverture vers d'autres disciplines favorisée par mon cursus universitaire sont autant de composantes essentielles de ce travail. Elles m'ont permis de développer un goût pour l'interdisciplinarité et plus généralement pour les situations *hybrides*, c'est-à-dire pour les situations où les acquis ne sont pas directement utilisables. C'est un des aspects qui a sans doute le plus contribué au choix de mon objet d'étude. Ce dernier m'apparaissait alors à la jonction de *choses* très diverses, comme dans un lieu interlope où se côtoient des êtres de natures étrangères. Plus concrètement, le site Internet de l'agence dont il est question, *Covalence SA*, donnait à voir un mélange de termes et de schémas économiques, mathématiques, sociologiques et éthiques dont l'assemblage tenait dans une argumentation cohérente, en tout cas en première lecture. Le site était celui d'une Société Anonyme de la place genevoise ayant reçu certains soutiens de la part d'institutions tout à fait officielles ainsi que des citations dans des revues spécialisées.

Les multinationales, en particulier la moralité de leurs comportements, donnent souvent lieu à des discours très passionnés et militants dont la finesse d'analyse et l'intérêt heuristique ne sont pas les principales qualités. Mais là, l'entreprise donnait des signes de sérieux. La position de cette agence semblait se situer entre la critique militante et l'adhésion inconditionnelle à l'*esprit des affaires*.

Un autre intérêt de cet objet d'étude était son caractère innovant. Cette agence était jeune et engagée dans une démarche assez concrète. J'avais donc espoir de pouvoir observer des individus dont l'activité d'innovation était en cours et dont les résultats, les produits de cette activité d'innovation, ne se limitaient pas au monde des idées. Je pensais ainsi éviter de ne récolter que des discours, sur le déroulement d'évènements passés ou sur des mondes

utopiques, ce qui s'avéra partiellement juste. Les moments d'innovation, de tâtonnement, de bricolage, intéressent particulièrement les anthropologues. Ce sont souvent des situations où certains aspects de notre monde social se donnent à voir plus clairement, où l'évidence de la routine n'a pas lieu d'être et où les futurs acquis sont en construction.

Le troisième aspect qui me semblait être lié à cette agence est la crise de la gouvernance contemporaine. Nos sociétés démocratiques sont marquées par une reconfiguration des pouvoirs qui les oblige à redéfinir les rôles des pouvoirs publics et les moyens pour les assumer. Les multinationales comptent parmi les acteurs prépondérants de cette transformation. Toujours plus puissantes et influentes, elles font planer la menace d'une disparition des valeurs démocratiques des sphères décisionnelles. Leur liberté d'action et les conséquences concrètes de leurs activités en font des acteurs majeurs de nos sociétés.

La difficulté, qu'éprouvent tout ceux qui le jugent nécessaire, à assujettir ces grandes puissances à certains principes démocratiques et humanistes est l'un des grands débats sociaux de la fin du XX^{ème} siècle et du début du XXI^{ème} siècle. Les avis sur ce sujet sont d'une variété infinie, chacun y va de son analyse, de son remède, de son désarroi. Parmi ceux qui s'inquiètent de ce pouvoir économique, ou marchand, et de ses effets sur nos systèmes politiques, il en existe qui considèrent cette situation comme une nouvelle réalité dont la prise en compte passe nécessairement par l'innovation. Pour ces derniers, sauvegarder les acquis sociaux et politiques passe par la transformation de nos institutions de manière radicale. La régulation supranationale, la société globale sont à construire au même titre que les Etats-nations l'ont été. Cette démarche demande un investissement dans l'innovation institutionnelle.

C'est dans ce contexte que j'ai en premier lieu conçu la nature des agences de notation extrafinancière. Ne participent-elles pas, au même titre que beaucoup d'autres acteurs, à ce travail de bricolage, de tâtonnement dont on peut espérer, sans en avoir la garantie,

qu'émergeront les institutions démocratiques d'une société mondialisée qui est, depuis longtemps déjà, une réalité en construction ?

Dans ce mouvement d'innovations institutionnelles, appelé parfois « économie sociale », « solidaire » ou encore « alternative », se dessinent les réalités socio-économique de demain. Ces nombreux tâtonnements laissent ses dernières dans l'ombre et le flou du futur. Ces incertitudes laissent possible tous les espoirs et toutes les désillusions. L'extrait qui suit permettra, en guise d'introduction, de préciser la nature et l'ampleur de l'incertitude au sujet de l'économie solidaire qui constitue le cadre très général dans lequel s'inscrit *Covalence* :

*« L'économie solidaire est-elle un secteur de l'activité économique non marchande ? Est-elle une branche particulière de l'économie comme on parlait dans les années soixante d'une « économie publique », pour marquer qu'il n'y avait pas une économie commune s'appliquant à un secteur public ou à un secteur privé, mais une économie avec ses propres lois ? Est-elle une attitude, une exigence morale, une culture et un état d'esprit ? Ces qualificatifs pouvant s'entendre de façon laudative ou ironiquement chez les détracteurs. Ou bien constitue-t-elle une façon encore maladroite de nommer la possibilité d'une mutation fondamentale de l'économie politique née avec l'Etat mercantiliste et absolutiste, mûrie avec la révolution industrielle et jetant ses dernières braises à l'ère de la « société numérique » de « la nouvelle économie » ou de « l'économie reposant sur la connaissance » ? On se doutera que *Cosmopolitiques*, revue écologiste, politique et critique se trouve particulièrement impliquée par ces questions. L'économie solidaire (ou sociale) a constitué, après l'environnement, le second baptême du feu gouvernemental pour les Verts. Guy Hacoët le raconte ici. En ces temps de morosité du secteur public et d'exaltation, souvent ambiguë, du marché, l'existence d'un troisième terme entre le marché et l'Etat, n'est pas une affaire subalterne. Les politiques publiques ne seraient-elles pas en train de trouver un nouvel espace de légitimité (dont elles ont bien besoin) ? » (MOULIER-BOUTANG, 2003, p.7)*

Le présent travail ne répondra bien évidemment pas à toutes ces questions. En revanche, la description d'une agence particulière et de son outil de travail peut permettre de préciser sa nature et donc de donner des éléments de réponse, quelques pistes à explorer ultérieurement.

1.2 Structure du mémoire

La présentation de mon travail commence par l'aspect méthodologique. J'y aborderai les questions d'accès au terrain et de déroulement du terrain, des sources à disposition, ainsi que des difficultés rencontrées. Je présenterai ensuite le cadre théorique général qui a permis de structurer mes analyses. Le « modèles des économies de la grandeur » (BOLTANSKI et

THEVENOT, 1991) dont il sera question est un vaste cadre théorique. Je tenterai d'en proposer une synthèse qui laissera inévitablement beaucoup d'aspects dans l'ombre. Seuls certains concepts plus pertinents pour mon travail y seront définis plus précisément. La deuxième partie du mémoire sera consacrée à la description de l'objet d'étude. Après avoir clarifié la notion d'éthique dans le cadre de la philosophie, elle continuera par une présentation du contexte dans lequel s'inscrit l'objet d'étude ainsi que de sa construction historique. C'est ensuite l'agence qui sera présentée. J'évoquerai son histoire ainsi que sa position dans le contexte décrit précédemment. Mais je m'attarderai aussi sur les lieux, et les personnes qui la composent. C'est enfin l'outil développé par l'agence, appelé « EthicalQuote », qui sera l'objet de mon attention. Cet outil est le « *cœur de l'agence* »¹. Sa description permettra de mieux comprendre les enjeux qui seront ensuite abordés à travers la description du travail quotidien des membres de l'agence. Au terme de mon mémoire, je proposerai quelques éléments de synthèse et évoquerai quelques réflexions théoriques ouvrant sur des pistes de recherche.

I.3 Méthodologie

I.3.1 L'entrée dans le terrain

Comme je l'ai déjà laissé entendre dans l'introduction, la première étape de mon mémoire fut le choix de l'objet d'étude et du sujet. Il était pour moi important de partir d'un objet et d'aller vers la théorie plutôt que d'identifier un objet adapté à un cadre théorique déjà bien établi, bien que cette manière de faire me paraisse tout aussi pertinente. J'ai donc opté pour une démarche plutôt inductive et ethnographique. Je ne me suis malgré tout pas interdit de faire quelques recherches bibliographiques et de consulter quelques ouvrages. Ces préliminaires n'ont fait que me conforter dans la pertinence d'une démarche inductive, dans la mesure où je n'ai trouvé aucune référence qui soit directement liée à mon objet d'étude.

¹ Terme utilisé par une associée lors de mon premier entretien avec le directeur de l'agence.

J'ai commencé par consulter des articles de revues et des sites Internet où il était question d'« agences de notation extrafinancière », d'« investissement socialement responsable » ou « ISR », de « rating social », de « cotation éthique », etc. L'intérêt de ces sources était de m'introduire dans le sujet avant d'atterrir dans un terrain qui m'était totalement inconnu. Ces références font partie de mon objet en temps que production émic. Leurs auteurs sont pour la plupart des protagonistes du champ, qu'ils soient directeurs d'une agence de notation extrafinancière ou observateurs et conseillers pour les entreprises concernées par la notation. Ils proposent un regard analytique sur les diverses méthodologies utilisées ainsi que sur les enjeux plus généraux de ces activités. Il m'a parfois été difficile de me distancier de ces analyses, tant elles étaient riches en informations. Mais elles étaient aussi porteuses de mises en récit stratégiques que mon approche m'obligeait à considérer comme telles. Leurs positions et leurs rôles dans ce travail de mémoire est donc complexe pour ne pas dire ambigu. Tantôt sources d'informations relativement incontestables, tantôt affirmations plus militantes, elles s'avèrent pourtant toujours riches pour comprendre l'état de la situation actuelle.

Après ces premières investigations, toujours plus ou moins convaincu de l'intérêt de cet objet d'étude, j'ai pris contact avec Ellen Hertz. Elle accepta de diriger mon mémoire et me rassura sur l'intérêt du sujet. Elle me proposa quelques lectures théoriques qui, bien qu'éloignées de mon sujet étant donné les objets d'études sur lesquels elles reposaient, étaient susceptibles de m'orienter. Il s'agissait essentiellement de références d'anthropologie économique, discipline qui me semblait alors la plus prometteuse pour l'analyse ultérieure de mon terrain.

I.3.2 Les premiers contacts

C'est par courrier que j'ai pris contact pour la première fois avec les membres de l'agence. Ma lettre, adressée au directeur, précisait mon statut de mémorant neuchâtelois et la nature de mon projet ainsi que mon désir de mener des observations et entretiens durant trois mois. Je n'avais bien entendu aucune idée de la manière dont une telle demande pouvait être reçue par

les membres de l'agence. J'avais quelques craintes quand à leur intérêt et leur disponibilité. Je craignais même le pire, un refus catégorique et irrévocable. Il n'en fut rien. Quelques jours après, je recevais un téléphone du directeur qui me proposa un rendez-vous pour un entretien. J'appréhendais cette entrevue craignant d'être propulsé au milieu d'austères financiers qui me regarderaient comme une curiosité amusante.

Lorsque j'ai trouvé le bâtiment qui abrite leur local, je fus un peu surpris de son aspect presque industriel. Après avoir frappé à la porte et l'avoir ouverte, je découvris une pièce meublée et décorée avec toutes sortes d'objets très hétérogènes, manifestement de la récupération. Je remarquai notamment la présence d'un feu de signalisation routière, pendu au poteau central, que j'expliquais difficilement. Mais mon attention fut rapidement attirée par la personne qui se trouvait derrière le bureau en face de moi. Il s'agissait du directeur de l'agence que je connaissais de vue pour l'avoir aperçu quelques semaines plus tôt dans un forum sur le développement durable. Son accueil fut plutôt sympathique. Il me présenta deux associés qui étaient de part et d'autre de ce bureau central, chacun affairé derrière son propre ordinateur. En fait, leur occupation devait vite s'avérer un prétexte pour m'écouter sans y paraître. Ils ont en effet petit à petit commencé à donner leur avis et émettre leurs doutes quand à ma présence.

L'essentiel de l'entretien a porté sur l'intérêt qu'ils pouvaient trouver à être examinés d'un regard extérieur ainsi que sur les risques qui pouvaient en découler. Cette crainte fut introduite dans la discussion par l'associé de gauche, l'avocat et démarcheur de clients. Il s'inquiétait de savoir quel contrôle ils auraient sur d'éventuelles informations que je voudrais intégrer dans mon mémoire et qu'ils jugeraient sensibles. Il évoqua notamment qu'il « ne souhaitait pas, par exemple, se voir décrit comme un fainéant », image qu'il ne considérait pas être bonne vis-à-vis de leurs clients. Je me demandais ce que la fainéantise venait faire dans la discussion, mais, manifestement, son inquiétude était plus générale. Il semblait très interrogé par mon

statut d'« ethnologue », se demandant bien ce que j'aurais à dire. Il fit quelques remarques et quelques gestes mimant un singe qui me rappelèrent des notes de terrain d'« ethnologue du proche » qui avaient aussi relevé l'inquiétude de leurs interlocuteurs d'être étudiés comme des tribus primitives voir comme des primates.

Je me gardai bien de lui avouer que je me posais aussi des questions de cet ordre et tentai de le rassurer en l'informant sur la nature de ma démarche et sur l'importance que j'accorderais à leurs avis. Je précisai aussi que mon but n'était pas de critiquer leur travail ou de donner mon avis sur leur manière de faire, mais plus modestement de comprendre comment ça marchait.

L'associée de droite se montra elle très intéressée par l'« honnêteté » de ma démarche et par la possibilité de disposer d'un « regard extérieur » sur ce qu'elle appela alors le « cœur de l'agence », c'est-à-dire « EthicalQuote ». Quand au directeur, il occupait une place intermédiaire en semblant partager autant la crainte du premier que l'intérêt de la seconde. Au terme de cette discussion, après m'avoir donné leur accord, ce dernier me proposa de les tutoyer tous, puisque je faisais « désormais partie de l'agence »... en quelque sorte. C'est par cet entretien, dont je me demande encore le degré de mise en scène consciente dont il a fait l'objet, que débuta mon terrain.

L'accord que nous avons passé était que je pouvais accéder à tout ou presque. La seule limite posée concernait les rendez-vous avec des clients, potentiels ou déjà acquis. Les membres de Covalence considéraient que la relation de confiance qu'ils doivent nécessairement établir avec leur client aurait été mise en péril par la présence d'un observateur extérieur quelconque. J'étais, mis à part cela, libre de discuter avec qui je voulais, de consulter l'ensemble des documents et ressources informatiques et de prendre part aux diverses réunions hebdomadaires. Je n'avais pas de fonction particulière, ni de tâches à accomplir en échange de leur accueil généreux.

I.3.3 Contraintes du terrain et nature des sources

Les premiers jours de terrain m'ont rapidement mis devant une difficulté majeure concernant la possibilité d'observer les activités des membres de l'agence. Bien que j'ai été averti de la banalité de certaines observations s'avérant néanmoins nécessaires pour l'analyse des données, je ne voyais vraiment pas comment j'allais pouvoir avancer si je me contentais d'observer passivement. En effet, les quelques jours passés ainsi ne m'ont pas mis face à une activité débordante. Chacune des personnes présentes vaquaient à ses occupations qui se déroulaient essentiellement sur un écran d'ordinateur. Etait-ce à cela que faisait référence l'avocat en parlant de fainéantise ?

L'extrême informatisation de leur activité rendait l'observation directe assez difficile. J'aurais dû trouver un système permettant d'observer simultanément ou successivement plusieurs individus, derrière leur bureau, prenant des notes, envoyant des mails, consultant des sites Internet, lançant des appels téléphoniques, etc. Bien que techniquement envisageable, je ne pouvais me résoudre à adopter un comportement si intrusif. J'ai donc utilisé d'autres voies pour obtenir des informations.

J'ai ainsi pris des rendez-vous, d'un jour à l'autre, parfois pour la semaine suivante pour des entretiens informels. J'ai ainsi pu m'entretenir avec tous les membres de l'agence ainsi que certains stagiaires. Je n'ai pas enregistré ces entretiens par crainte de bloquer la spontanéité de ce qui était souvent un premier contact. Ce fut peut-être une erreur dans la mesure où beaucoup d'informations essentielles ont été données lors de ces entretiens et qu'il m'est aujourd'hui impossible de citer ces propos de manière rigoureusement identique à leur formulation. Il reste néanmoins que je dispose des notes contenant beaucoup de renseignements sur le parcours de chacun des membres, sur l'histoire de l'agence ainsi que sur le fonctionnement et la conception d'EthicalQuote.

Les réunions hebdomadaires, principalement celles réunissant les membres actifs et les quelques stagiaires plus investis, ont été des moments d'observation intense. C'est lors de ces réunions que des questions d'ordre très divers étaient discutées ouvertement. Là encore, je n'ai pas osé enregistrer ces réunions, mais je prenais des notes en direct. Ces moments d'observation sont certainement ceux où je me suis le plus approché du social en action, de l'activité des membres de l'agence.

Une troisième source d'observations était les fichiers et programmes informatiques. Hormis le site Internet de l'agence que j'ai déjà évoqué, j'ai pu consulter divers documents internes, notamment la documentation destinée à diriger le travail de codage des stagiaires, les rapports déjà réalisés pour des clients, des documents de travail stratégiques comme la « *matrice des concurrents* », la liste des critères utilisé par EthicalQuote, etc. J'ai également pu utiliser les quelques programmes qui permettent soit d'alimenter la banque de donnée, soit de l'utiliser pour établir les graphiques et les tableaux qui sont la base des rapports établis par l'agence. Les associés étaient disponibles pour répondre à mes questions.

Après avoir présenté le terrain et son contexte, j'interromps de manière quelque peu abrupte mon récit pour introduire le cadre théorique de ce travail. Chronologiquement, il a été conçu après le terrain et même après la rédaction d'une première description des données récoltées. Je propose ici une synthèse de trois ouvrages assez volumineux et assez denses. L'objectif d'une telle présentation est de permettre au lecteur de situer, dans leur contexte d'énonciation initial, les concepts qui seront utilisés. Il est donc inévitable d'évoquer des notions qui, parce qu'elles ne sont pas essentielles, ne seront pas définies.

I.4 Cadre théorique

I.4.1 Introduction

Les trois ouvrages dont il va être question ici s'organisent de la manière suivante. Le cœur du modèle des « économies de la grandeurs »², qui fait l'objet du développement le plus détaillé, est décrit essentiellement dans l'ouvrage écrit en commun intitulé : *De la justification : les économies de la grandeur* (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991). Les deux autres ouvrages, *L'amour et la justice comme compétences : Trois essais de sociologie de l'action* (BOLTANSKI, 1990) et *L'action au pluriel : sociologie des régimes d'engagement* (THEVENOT, 2006), développent d'autres notions, complémentaires au modèle, qui permettent de situer le modèle des EG dans un cadre théorique plus large.

Cet élargissement s'opère selon deux axes d'analyse qui constituent des axes de sortie du modèle des EG. Le premier axe, développé par Boltanski, va de l'amour à la violence en passant par la justesse et la justice. Le deuxième axe, décrit par Thévenot, va du particulier, où l'exigence de justification est faible, au plus général où l'exigence de justification est forte. L'ensemble constitue une sociologie de l'action³ qui a pour prétention de dépasser les oppositions théoriques classiques des sciences humaines.

Le modèle des EG traite essentiellement de la « justification », terme que les auteurs préfèrent à celui de « légitimation » de Max Weber en raison de la confusion que ce dernier entraîne entre justification et tromperie. Le passage suivant précise la nuance qu'ils entendent ainsi instaurer :

« C'est à des actes justifiables que nous nous intéressons, en tirant toutes les conséquences du fait que les personnes sont confrontées à la nécessité de justifier leurs actions, c'est-à-dire non pas à inventer, après coup, de fausses raisons pour maquiller des motifs secrets, comme on se trouve un alibi, mais à les accomplir de façon à ce qu'elles puissent se soumettre à une épreuve de justification. » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.54.)

² Dans la suite du document, le « modèle des économies de la grandeur » sera abrégé par le « modèle des EG ».

³ Nous verrons plus loin que ce cadre théorique s'inscrit aussi dans la tradition de la philosophie morale. cf. p.27

Le concept de justification tient donc une place conséquente dans leur théorie puisque l'action des individus et des collectifs en est concrètement dépendante.

Cette place prépondérante est assurée dans le modèle des EG notamment par la nécessité de l'« accord » (BOLTANSKI, 1990, p.73) ou « exigence de coordination » (THEVENOT, 2006, p.96), pour toute action collective. L'adhésion des individus est nécessaire et ne peut être obtenue systématiquement ni par la force, qu'elle soit physique ou symbolique, ni par l'appartenance à une culture commune (BOLTANSKI, 1990, p.81). Selon Boltanski, l'imposition par la force et l'adhésion à une culture commune sont les deux grands modèles théoriques que connaissent les sciences humaines pour expliquer les actions coordonnées. C'est justement une alternative qu'entendent développer ces auteurs.

I.4.2 Les limites du modèle

Commencer par exposer les limites du modèle peut paraître étrange. J'ai procédé ainsi parce que c'est une bonne manière de situer le cadre théorique. Une discussion plus critique de cet apport théorique prendra place en conclusion en suivant l'éclairage apporté par le terrain. Il s'agit ici de présenter le point de vue des auteurs.

L'une des limites du modèle est l'explication des actions purement individuelles. Mais le nombre des cas respectant ce qualificatif est relativement restreint voir nul. Une action, pour être purement individuelle, doit en effet répondre à des exigences strictes d'isolement qui repousse la notion d'individualisme pur bien au delà de la *solitude* de l'action. L'action solitaire fait presque nécessairement intervenir des êtres, humains ou non humains, autrement dit des « actants »⁴, extérieurs à l'individu et qui interdisent de la considérer comme strictement individuelle (THEVENOT, 2006, pp.96-97).

⁴ Le concept d'actants est emprunté à Bruno Latour par Boltanski. Il sert à désigner aussi bien les êtres humains, que les objets ou les entités plus complexes - les agencements de choses, d'humains et d'idées - en faisant référence à leur engagement dans une même situation. Un actant peut donc être de nature très diverse mais n'existe qu'en référence à la situation dans laquelle il est engagé. Ce concept est utile pour désigner tout ce qui

Les situations de « violence pure » et d'« amour pur », ou d'« agapè » (BOLTANSKI, 1990), sortent également du cadre de pertinence du modèle des EG (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.54.). Leur caractéristique commune est que, pour des raisons différentes, la justification n'y occupe aucune place. Mais ces états, dans leur forme épurée, sont relativement difficiles à établir durablement. La plupart des actions humaines se situent dans un état intermédiaire où la justification occupe effectivement la place prépondérante que lui reconnaissent les auteurs.

I.4.3 De l'agapè à la violence : le « régime de justesse »

C'est ce que décrit Boltanski (BOLTANSKI, 1990) après avoir défini quatre modes d'action, l'« agapè », la « justesse », la « justice » et la « violence », en portant une attention particulière au passage entre le mode de l'« agapè » et le mode de « justesse » ainsi qu'entre le mode de la « justice » et le mode de la « violence ». Pour ce mémoire, c'est surtout le mode de « justesse » qui sera utile et bien entendu celui de « justice » tel qu'il est développé dans l'ouvrage qui lui est consacré (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991).

Le mode de la « justesse » fait référence à des situations où l'accord, l'arrangement est tacite. La situation se tient d'elle-même par les objets qui la soutiennent, sans qu'une justification ne soit nécessaire. Les modalités de l'accord ne se donnent plus à voir comme dans les situations de conflit en court :

« Ainsi, les équivalences silencieuses déposées dans les choses qui rendent possibles des relations de paix en justesse sont-elles bien – comme le montre les travaux de B. Latour et particulièrement le concept de « boîte noire » qu'il utilise pour rendre compte des dispositifs techniques tenus pour acquis – le résultat de controverses éteintes d'anciens conflits absorbés par leur inscription dans des conventions établies dont l'enracinement dans des objets accroît considérablement le coût de la remise en cause. » (BOLTANSKI, 1990, pp.118-119)⁵

compte dans une situation sans se limiter aux humains et sans faire référence à des aspects qui ne sont pas pertinents dans la situation. Je l'utiliserai moi-même dans ce sens par la suite.

⁵ Lors de mon terrain, les conflits et controverses passés étaient suffisamment récents pour que les acteurs en gardent le souvenir et puissent m'en faire la narration. Ils étaient néanmoins passés et ne faisaient plus, pour certains en tout cas, l'objet de discussions spontanées entre les membres.

I.4.4 Du particulier au général : les « régimes d'engagements »

Un concept qu'il convient d'introduire ici est celui de « régime d'engagement » développé par Laurent Thévenot (THEVENOT, 2006). C'est ce concept qui permet de construire l'axe du particulier au général évoqué plus haut. Il y a trois « régimes d'engagements ».

Le premier régime est celui « du familier » (THEVENOT, 2006, p.102), de l'action ou de la relation intime. Ce qualificatif d'intime ne doit pas faire référence uniquement à la relation amoureuse ou d'amitié profonde. Il s'agit également d'un régime d'action que l'on peut retrouver au sein d'une grande entreprise. Le régime familier s'applique à toutes les situations où l'action s'appuie sur une connaissance singulière de personnes ou d'objets singuliers. C'est le faible degré de généralité qui caractérise ce régime.

Un bon exemple d'une situation soumise à ce régime est celui de l'artisan indépendant dans son atelier. Ce dernier connaît son espace de travail qu'il a organisé à sa manière. Chaque objet, chaque machine sont connus de lui dans leurs fonctionnements et dans leurs disfonctionnements. Certains de ses gestes pourraient être jugés absurdes par un autre artisan venu l'observer alors qu'ils ont un sens, une raison d'être pour celui qui les accomplit, comme l'allumage d'une machine longtemps avant son utilisation parce qu'elle nécessite un préchauffage particulièrement long en raison de son état.

Le deuxième régime est celui « du plan » ou de l'« action normale » (THEVENOT, 2006, p.105). La lisibilité de l'action est moins singulière. Un observateur extérieur peut saisir, comprendre ce qui se passe et même agir à son tour. Chaque chose est dans un état défini et un ensemble de choses s'organise dans un ordre qui permet à chacun de s'y accorder, de s'y adapter. Le degré de généralité est donc plus grand que pour le précédent régime. C'est cette normalisation qui permet la planification. La prévisibilité de la situation et la possibilité d'utiliser le langage commun permet l'élaboration de plans.

Le troisième régime, celui « de la justification » (THEVENOT, 2006, p.106), est caractérisé par une normalisation encore plus grande. Chaque chose, chaque situation doit non seulement correspondre à des conventions mais surtout pouvoir se référer à un ordre et à une évaluation commune. L'efficacité, la pertinence ou l'adéquation de chaque chose doit pouvoir être prouvée. Ce régime d'action dépasse celui du plan par cette contrainte de justification. « *Plus qu'une intention commune, c'est un mode de justification commun qui est recherché.* » (THEVENOT, 2006, p.107). Dans ce régime, l'action est réalisée dans l'optique d'un jugement, d'une épreuve.

Ces trois régimes d'engagement existent à des degrés divers dans toute situation. Certaines situations peuvent présenter une version assez épurée de l'un des régimes, alors que d'autres sont plutôt un agencement des divers régimes. C'est dans le cadre d'« actions justifiables en toute généralité » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991), donc du troisième régime, que se situe le modèle des EG. Le concept de « cité », dont je vais maintenant parler, est au cœur de ce modèle de l'action justifiable.

I.4.5 Le concept de « cité »

Dans le chapitre qui lui est plus spécifiquement consacré (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, pp.96-103), c'est le « modèle commun de cité » qui est décrit. Il existe, comme nous le verrons, différentes cités, mais toutes reposent sur ce même modèle. Il s'agit d'un modèle de communauté politique relativement fort comparé à d'autres modèles possibles. Six axiomes doivent être respectés pour qu'une communauté politique puisse être considérée comme une cité⁶. Je me contenterai de les exposer sommairement.

Le premier axiome est le « principe de commune humanité » des membres de la cité. Il pose une forme d'« équivalence fondamentale » entre ces membres qui appartiennent au même titre

⁶ La cité, en tant que modèle de communauté politique, correspond à une conceptualisation philosophique humaniste et occidentale. Les axiomes restreignent considérablement le nombre et la diversité des communautés politiques concernées. Cf. p.28

à l'humanité. Le deuxième axiome introduit une contradiction relative dans la mesure où il postule l'existence d'au moins deux états possibles pour les membres de la cité. Le troisième axiome permet de neutraliser la tension qui naît des deux premiers en postulant la « commune dignité » des membres de la cité selon laquelle chacun a une « puissance identique d'accès aux différents états ». Le quatrième axiome fonde une différence d'ordre entre les différents états à laquelle est attachée une différence de valeur. La tension qu'il fait naître avec le premier axiome, celui de commune humanité, est diminuée par le cinquième axiome qui attache un coût, un sacrifice aux bienfaits d'un état supérieur. Le sixième et dernier axiome postule que le bonheur plus grand des états supérieurs profite à chacun, que c'est un « bien commun ».

Chaque cité, considérée individuellement, est un modèle formel et même utopique. Elle est le développement, la construction d'un ordre, d'un « principe d'équivalence » en fonction d'un seul « principe supérieur commun », c'est-à-dire d'une « grandeur » et d'un « bien commun » confondus (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.100). Sur elle repose la possibilité d'un accord justifiable, et par conséquent difficilement contestable, à condition de rester dans une cité particulière comme nous le verrons. Le principe d'équivalence permet de porter des jugements, de soutenir des « opérations de qualification » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.12), ainsi que des « épreuves de grandeur » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.58). Ce principe d'équivalence fait donc partie de ce qu'on appelle communément le « bon sens ». Le modèle de cité peut donc être vu comme un principe de mise en ordre de la réalité permettant une compréhension de cette réalité et donc un accord sur les situations ainsi que sur les comportements adaptés à ces situations.

I.4.6 Le concept de « qualification »

Cette « qualification » conjointe de la situation et de l'« action qui convient » est développée par Thévenot dans deux chapitres intitulés respectivement « *L'identification progressive de l'action* » et « *L'entrée par "l'action qui convient"* » dont voici quelques extraits :

« La dynamique du jugement façonne l'identification de l'action, même lorsque l'action est envisagée du point de vue de l'agent qui l'effectue. Cette dynamique empêche que nous considérions l'action comme le développement logique d'une intention bien formée. [...] Il ne s'agit pas, à proprement parler, d'une « limitation » de rationalité par rapport à un idéal de clairvoyance, mais d'une modalité ordinaire de spécification progressive de l'action. Nous découvrons l'action au fur et à mesure que nous devons négocier les accidents de terrain, négliger tel revers de fortune ou le prendre en considération.

L'identification de l'action est liée à l'épreuve de son succès. C'est à la suite d'incidents dont nous jugeons qu'ils contreviennent ou non à notre projet, que les contours de l'action se précisent, par la négative, par ce qui est malvenu.

[...]

Ayant cherché à lier la notion d'action à celle de coordination, nous avons proposé de traduire cette coordination par la double exigence d'un jugement sur ce qu'il advient, et de l'épreuve critique de remise en cause de ce jugement au fur et à mesure du déroulement des événements. L'illustration précédente nous incite à franchir un pas supplémentaire. Elle suggère une thèse qui nous guidera dans la suite de notre exploration : le cadre d'identification de l'action est lié au mode d'appréciation de sa réussite, de la façon dont elle convient. Les circonstances susceptibles de remettre en cause l'identification sont aussi celles qui laissent à penser que l'action effectuée ne convenait pas. Le constat de disconvenances relance le jugement et prolonge la recherche d'éléments significatifs, ce qui peut conduire à identifier un défaut, mais aussi à faire basculer l'identification dans celle d'une autre action. » (THEVENOT, 2006, pp.99-101)

Le concept de qualification, ou d'« identification » fait donc référence à l'activité cognitive, éventuellement aussi discursive, par laquelle un ou plusieurs individus définissent une situation. Cette qualification participe activement de l'action. Les auteurs définissent une situation comme la relation entre les « états-choses » et les « états-personnes » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.11). Ces derniers sont donc définis en même temps que la situation par la même opération de qualification. Les actants⁷ et la situation ne font qu'un. Différentes

⁷ Cette notion d'actant désigne ce que les auteurs appellent « état-chose » et « état-personne ».

qualifications peuvent entrer en concurrence. Dans ce cas, chacune fera valoir des actants et des relations différentes et définira donc une situation différente.

I.4.7 La pluralité des « cités »

Boltanski et Thévenot considèrent que nous pouvons aujourd'hui observer dans nos sociétés l'existence de six cités. Chacune a été construite au cours de l'histoire et a perduré jusqu'à aujourd'hui. Ces six cités sont la cité « inspirée », la cité « domestique », la cité « de l'opinion », la cité « civique », la cité « industrielle » et la cité « marchande ». Je ne m'attarderai pas à décrire en détail chacune de ces cités. L'important est de comprendre le principe de fonctionnement commun à chacune exposé plus haut ainsi que le rôle joué dans le modèle par cette multiplicité des cités.

Cette pluralité est en effet tout à fait essentielle pour le modèle des économies de la grandeur. C'est l'incompatibilité relative de ces différentes cités et leur coexistence qui permet le dynamisme du modèle. Avant de s'intéresser à ce dynamisme, il convient de préciser la position et le rôle de l'individu dans ce modèle.

I.4.8 Le concept d'« épreuve »

« L'épreuve de grandeur », « de réalité » ou l'« épreuve » tout court (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.58), fait référence à l'opération qui permet d'attribuer une grandeur à un actant. C'est un dispositif faisant intervenir des objets et dont l'issue est reconnue comme un signe de l'état de l'actant testé. La confrontation à des objets n'est pas toujours aisée puisque certaines grandeurs sont difficilement mesurables ou calculables par ce détour objectivant. Certaines épreuves peuvent faire intervenir un grand nombre d'objets, alors que d'autres n'en feront presque pas intervenir. Les premières seront généralement moins facilement contestables.

Les objets sur lesquels une épreuve peut s'appuyer dépendent de la grandeur qu'elle teste. L'ensemble des objets mobilisables est désigné par les termes « nature » ou « monde »

(BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.165 et 177 à 181.). Leur rôle est essentiellement de stabiliser l'accord, à l'instar de leur relative immuabilité, et d'écarter ainsi la perpétuelle remise en cause des situations (BOLTANSKI, 1990, p.124). L'épreuve consiste donc à qualifier les actants en prenant appui sur ces êtres dont l'ontologie est très objectivée et ainsi attribuer à chaque actant un état parmi tout ceux possibles.

I.4.9 La « capacité cognitive » des individus

Chaque individu est doté d'une capacité cognitive adaptée à cette pluralité des cités. Pour chaque situation dans laquelle il est engagé, l'individu est capable, potentiellement en tout cas, de sélectionner et de mobiliser des ressources qui correspondent à la situation après avoir identifié la nature de cette dernière. Cette capacité repose sur la possibilité de sélectionner parmi tous les êtres présents, humains et non humains, ceux qui comptent et qui sont pertinents. Autrement dit, cette capacité cognitive, qui s'approche par ailleurs du concept de « sens commun » de Bourdieu, définit l'individu normal :

« Les contraintes que nous cherchons à mettre en lumière sont donc des contraintes qui tiennent au dispositif de la situation dans laquelle sont placées les personnes. Nous considérons qu'il appartient à la compétence de tous les membres normaux d'une même société de pouvoir les saisir et en tenir compte. (...) L'impossibilité de tenir compte de ces contraintes définit précisément, dans notre cadre, ce que le bon sens ordinaire entend désigner lorsqu'il relève le caractère anormal d'une personne considérée comme démente, excentrique ou hors de son bon sens. » (BOLTANSKI, 1990, p.69)

Cet autre passage de l'ouvrage de Boltanski éclaire la nature de cette capacité cognitive qu'il appelle ici « capacité métaphysique » :

« Dans le modèle des EG, la possibilité même d'un ordre social repose sur une construction à deux niveaux – soit, d'une part, des personnes et, d'autre part, des formes de biens communs qui permettent d'établir une équivalence entre les êtres et, par là, de définir leur grandeur relative. Au cœur de ce modèle de compétence figure donc ce que l'on peut appeler une capacité métaphysique. Nous dotons les personnes humaines d'une capacité métaphysique, et nous considérons que cette capacité est essentielle pour comprendre la possibilité d'un lien social. En effet, pour converger vers un accord, les personnes doivent faire référence à quelque chose qui n'est pas des personnes et qui les dépasse. C'est cette référence commune que nous appelons un principe d'équivalence. Lorsque l'accord est difficile à établir, les personnes doivent

pour le réaliser clarifier leurs positions de justice, se conformer à un impératif de justification, et, pour justifier, elle doivent s'extraire de la situation immédiate et monter en généralité. Elles s'orientent alors vers la recherche d'une proposition s'appuyant sur un principe valant en toute généralité, c'est-à-dire d'un principe prétendant à une validité universelle. » (BOLTANSKI, 1990, p.74)

I.4.10 Les « conflits » et la notion de « critique »

La pluralité et surtout l'incommensurabilité des différentes cités rendent possible de nombreux conflits. A l'intérieur d'une cité, non seulement la grandeur attribuée à une entité par une épreuve, c'est-à-dire l'issue de l'épreuve, peut être contestée, mais la validité même de l'épreuve peut être également contestée. Il sera par exemple évoqué la présence d'êtres étrangers, appartenant à une autre cité, pour mettre en cause la « pureté » de l'épreuve. Ou alors, c'est l'absence d'êtres pertinents qui sera critiqué. Un tel « dévoilement » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.267), qui est l'une des formes de la critique, fait référence à d'autres mondes, mais sans remettre en cause la validité du principe de l'épreuve. C'est la mise en œuvre de l'épreuve qui est jugée imparfaite.

Une critique plus radicale concerne le principe qui doit régler la réalisation de l'épreuve et par conséquent le monde dans lequel elle doit être agencée. Les conflits entre cités vont donc plus loin dans la mesure où c'est le principe de grandeur sur laquelle l'épreuve s'appuie qui est l'objet du litige. C'est ce que désigne la notion de « critique » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.263).

Les conflits internes à une cité ont pour mode de règlement la « montée en généralité » qui amène les différentes parties à s'accorder par référence à un bien commun plus général. Dans les conflits entre cités, la montée en généralité ne peut que contribuer à aggraver le conflit, dans la mesure où il n'existe pas de bien commun supérieur. Le règlement de ce type de conflits ne peut donc pas se faire par un compromis autour d'une valeur plus générale. Le « dévoilement » consiste justement à faire valoir des êtres qui relèvent d'une autre grandeur.

I.4.11 L' « apaisement de la critique » et les « compromis »

La dernière notion qui doit être introduite pour compléter le modèle des EG est celle de l'« apaisement de la critique » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.335). En effet, ce modèle se donne pour objet d'étude l'accord qui rend possible l'action commune au sens large du terme. Une bonne partie des situations que l'on rencontre sont un agencement entre ces différents mondes. Elles ne dégènèrent pourtant pas toutes en conflits éternels. Il y a donc bel et bien des modalités de règlement de tels conflits.

Le « compromis » est la formule de règlement des conflits (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.337). Il consiste à la reconnaissance et à l'acceptation de la nature composite de la situation. C'est-à-dire que le mélange d'êtres de natures différentes est reconnu et accepté sans pour autant être mobilisé dans le cadre d'une dénonciation. Il en découle nécessairement une singularisation de l'accord qui ne peut être justifié en toute généralité et qui dépend donc des personnes impliquées dans la situation (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.408). Le compromis est toujours plus fragile, car plus facilement contestable, qu'une situation pure, basée sur un seul principe. Il est néanmoins nécessaire de maintenir un accord sur le fait que le compromis est au service d'un bien commun général. Sinon, le compromis est considéré comme un « arrangement » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.408) dont les seuls bénéficiaires en sont les parties prenantes.

I.4.12 La stabilisation des « compromis »

Il existe des manières de solidifier un compromis, notamment par l'agencement de dispositifs eux-mêmes composites ainsi que par la référence à des êtres ou objets hybrides. Ce type de constructions composites peut être considéré comme l'ébauche d'une cité référant à un bien commun supérieur aux deux autres (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.338 et 345). Plus le nombre d'objets composites est grand plus le compromis est stabilisé, « frayé » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.340) et peut alors servir de référence à des

compromis similaires voir même de point d'appui à une critique (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.343).

I.4.13 « Relativisation » et relativisme

Une autre formule permettant d'éviter qu'un conflit perdure consiste à la « relativisation » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.408) de l'importance des êtres impliqués ainsi que de la situation. Autrement dit, la relativisation suspend l'exigence de justification par l'affirmation que rien n'importe (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.412). L'impossibilité de se maintenir dans une situation où rien n'importe, qui arrêterait alors d'être une situation, fait de la relativisation un moyen de passage vers une autre nature. C'est en quelque sorte un moyen de dénonciation qui diminue le risque d'un désaccord.

Une forme plus stable de relativisation est le « relativisme » (BOLTANSKI et THEVENOT, 1991, p.414) qui correspond à une attitude générale de retrait vis-à-vis de tout bien commun et de toute cité. Je ne traiterai pas ici de cet état qui ne présente que peut d'intérêt pour mon objet d'étude.

II. Description

Après cet exposé, je vais retourner au terrain et à mon objet d'étude laissant momentanément de côté ces considérations théoriques. Il m'a semblé nécessaire de commencer par présenter quelques éléments du contexte général avant de décrire plus précisément ce que j'ai observé. C'est pourquoi je commencerai par introduire la notion d'éthique et que je présenterai les « *organismes d'analyse sociétale* » ainsi que l'« *Investissement Socialement Responsable* ». Nous verrons tout au long de cette description, en accord avec le concept de qualification introduit plus haut, que l'indétermination des activités de l'agence rend problématique le choix du contexte général pertinent.

II.1 Les notions d'« éthique » et de « morale »

La notion d'« éthique » est essentielle pour ce travail. Bien qu'elle soit souvent reléguée à l'arrière plan, comme nous le verrons, son omniprésence en fait un concept clé. Bien qu'ils se défendent d'en donner une définition claire et précise, les associés y font référence notamment en parlant de « bruit éthique », de « réputation éthique » et par le nom donné à leur outil, « EthicalQuote », que l'on peut traduire par « cote éthique ».

Hormis ses usages courants aujourd'hui assez fréquents, elle a fait auparavant l'objet de nombreux développements théoriques. L'éthique est en effet une discipline philosophique connue également sous l'appellation de « philosophie morale » (CANTO-SPERBER, 2001). Je me contenterai d'introduire rapidement les approches philosophiques de cette notion sans soucis des problématisations trop spécifiques puisque ce n'est pas l'objet de mon travail.

Les avis divergent sur la question. Mais, que l'on considère ou non l'éthique comme synonyme de morale, il reste que ces deux notions entretiennent un rapport privilégié (CANTO-SPERBER, 2001, p.25). Cette proximité sémantique est relevée par les dictionnaires courants :

« **ETHIQUE** adj. (gr. êthikos, moral ; de êthos, mœurs). Qui concerne les principes de la morale : jugement éthique. **Ethique** n.f. Philos. Doctrine du bonheur des hommes et des moyens d'accès à cette fin. || Ensemble particulier de règles de conduite (syn. Morale). || Partie théorique de la morale. • Ethique médicale, syn. de BIOÉTHIQUE. » (DUBOIS, 1987)

« **MORALE** n.f. Ensemble des règles d'action et des valeurs qui fonctionnent comme normes dans une société. || Théorie des fins des actions de l'homme. || Précepte, conclusion pratique que l'on veut tirer d'une histoire. • Faire la morale à qqn, le réprimander, lui adresser des exhortations, des recommandations. » (DUBOIS, 1987)

La morale est parfois considérée comme moins générale et moins théorique que l'éthique. C'est une distinction qui ressort de la définition ci-dessus où l'éthique est considérée comme « partie théorique de la morale » et comme synonyme de morale en tant qu'« ensemble particulier de règle de conduite ». J'utiliserai de préférence le terme éthique, tout en le considérant comme synonyme de morale. Ce choix ne relève pas d'un choix théorique, il s'agit simplement d'un souci de commodité et d'une absence d'intérêt pour mon propos à préciser une distinction.

II.1.1 L'« éthique » et la philosophie morale

Il me semble nécessaire de s'attarder un peu sur l'éthique en tant que discipline philosophique. Le cadre théorique de ce travail y est lié. L'apport de Boltanski et Thévenot n'est en effet pas étranger à ce champ de recherches comme en témoigne la contribution du second au *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale* dirigé par Monique Canto-Sperber (THEVENOT, 1996).

L'origine de l'éthique est attribuée soit à Socrate, version la plus reconnue aujourd'hui, soit à Pythagore selon les auteurs (SCHNEEWIND, 1996). Elle a évidemment été marquée dans son histoire par divers courants à l'instar des diverses sciences humaines et sociales. Les substantialistes, conséquentialistes, utilitaristes, relativistes, marxistes et autres subjectivistes ont chacun contribué à leur manière à ces réflexions. Ce n'est qu'au XVIIe siècle qu'elle commença à être considérée comme une discipline à part entière (SCHNEEWIND, 1996, p.652).

De part son orientation normative, l'éthique est souvent considérée comme nécessairement orientée vers la pratique et connectée à la réalité. A l'exception peut-être de certains théoriciens de « méta-éthique » (GRIFFIN, 1996), la plupart de auteurs semblent accepter ce pragmatisme comme une qualité n'impliquant aucune forme de « dogmatisme » ou de « moralisme » comme cela a pu leur être reproché. Les auteurs privilégient la réflexion « logique », « rationnelle » et « formelle » par rapport à l'énonciation de ce qui est moral ou immoral.

Cette orientation vers la direction des conduites humaines rapproche la philosophie morale d'autres disciplines normatives. L'économie, en particulier l'économie politique, la science politique et la philosophie politique partagent certains objets et problématiques lorsqu'elles ne se confondent pas avec l'éthique (VAN PARIJS, 1996).

L'intérêt de cette approche ne semble pas avoir toujours été reconnu au sein même de la philosophie académique et Monique Canto-Sperber ne semble pas très rassurée de l'engouement assez récent et grandissant pour l'éthique. Selon cette auteure, le terme est passé depuis une trentaine d'années dans le langage courant et fait l'objet de multiples usages dont elle fait la critique, déplorant notamment le manque de référence aux concepts développés par la philosophie morale. La partie descriptive sera l'occasion de préciser la notion d'éthique telle qu'elle est pensée par les membres de Covalence. Je souhaite maintenant introduire les différentes approches de l'éthique en philosophie en me basant sur les ouvrages de Arnsperger et Van Parijs (ARNSPERGER et VAN PARIJS, 2003; VAN PARIJS, 1996).

II.1.2 L'utilitarisme

L'utilitarisme est une approche dont Jeremy Bentham, John Stuart Mill et Henry Sidgwick sont les trois fondateurs (VAN PARIJS, 1996, p.459). Elle repose sur un principe unique selon lequel tout individu et toute collectivité doit viser la « maximisation du bien-être

collectif » défini comme la somme des niveaux de « bien-être » ou d'« utilité » individuelle (ARNSPERGER et VAN PARIJS, 2003; VAN PARIJS, 1996). L'idée de bien-être s'approche de celle de bonheur et de plaisir. L'utilitarisme peut être considéré comme une théorie « conséquentialiste individualiste » ou « conséquentialiste welfariste » (ARNSPERGER et VAN PARIJS, 2003, p.16). Le qualificatif « conséquentialiste » fait référence à la focalisation sur les effets, les conséquences de l'activité des institutions sociales, politiques et économiques au détriment de la nature intrinsèque de ces institutions. L'adjectif « welfariste » vient de l'anglais *welfare* qui signifie bien-être. Il existe bien sûr diverses variantes de l'utilitarisme, par exemple concernant la manière de calculer la maximisation de l'utilité. L'« utilitarisme classique » postulent de maximiser la somme des utilités alors que l'« utilitarisme moyen » postule de maximiser l'utilité par individu (ARNSPERGER et VAN PARIJS, 2003, p.20). Ce type de raisonnements a parfois donné lieu à des formalisations mathématiques comme celle de John C. Harsanyi (ARNSPERGER et VAN PARIJS, 2003, p.19).

II.1.3 Le libertarisme

La pensée libertarienne part du principe de dignité fondamentale de chaque individu sur laquelle aucun intérêt collectif ne peut prévaloir. Cette dignité passe par « l'exercice souverain de la liberté de choix dans le cadre d'un système cohérent de droits » (ARNSPERGER et VAN PARIJS, 2003, p.29). Cette liberté, quelque soit le type de libertarisme, implique un droit de propriété total sur soi-même. C'est-à-dire que chacun doit être libre de disposer de son corps comme bon lui semble. Ce principe ne souffre que de trois exceptions généralement reconnues par les libertariens, à savoir la restriction de ce droit pour les enfants, pour ceux qui enfreignent la liberté d'autrui et l'interdiction de l'esclavage volontaire.

Ajouté à ce principe, celui de « transaction volontaire » régit la propriété des choses extérieures. Il implique qu'un objet ne peut être la propriété de quelqu'un que si ce dernier n'est obtenu qu'à partir d'objets acquis avec le consentement de leurs anciens propriétaires légitimes, éventuellement transformés par le talent du nouveau propriétaire. Il implique également, qu'il n'y ait pas eu mensonge sur la nature de l'objet, c'est-à-dire fraude.

Un dernier principe, celui de l'« appropriation originelle », est nécessaire pour régler la question de la première appropriation d'un objet dont la propriété n'était alors pas attribuée. Il peut s'agir de ressources naturelles, mais aussi d'idées. La première réponse est celle d'Israel Kirzner qui est celle du « premier arrivé, premier servi ». Mais cette forme qui laisse à un individu une grande liberté d'appropriation a été modérée par diverses restrictions. Par exemple celle proposée par Robert Nozick qui postule qu'une appropriation « *est illégitime si et seulement si ceux qui sont ainsi privés de la possibilité de se l'approprier se trouvent dans une situation pire que celle qui serait la leur dans un « état de nature », exempt de tout droit de propriété, où tout est accessible à tous.* »(ARNSPERGER et VAN PARIJS, 2003, p.35). Une simple compensation peut suffire à légitimer une appropriation. Les « libertariens de gauche » estiment que la compensation doit être équivalente à la valeur des biens concernés et qu'elle doit prendre la forme d'un impôt foncier redistribuée équitablement sous forme d'un revenu de base.

II.1.4 Le marxisme

Cette troisième approche reproche aux précédentes le non respect d'un principe fondamental, celui de l'égalité. Selon la théorie marxiste, les biens produits le sont forcément par les travailleurs. Ces derniers en sont donc les légitimes propriétaires. La redistribution de ces biens doit donc se faire selon un principe d'égalité entre les co-propriétaires. A l'exception des personnes légitimement improductives, personnes âgées, enfants, malades, etc. les non-travailleurs, les capitalistes, n'ont pas le droit de s'approprier la production des travailleurs.

Ce principe régit essentiellement la redistribution du « sur-travail », c'est-à-dire des biens produits qui ne sont pas nécessaires à la reproduction des forces productives. Le sur-travail n'est d'ailleurs pas recherché. C'est un état d'abondance qui est l'objectif et est exprimé par cette maxime : « De chacun ces capacités, à chacun selon ces besoins ! ». C'est donc en quelques sortes le travail minimum qui est visé.

II.1.5 L'égalitarisme de John Rawls

La *Théorie de la justice* de John Rawls est considérée par Arnsperger et Van Parijs comme « l'acte fondateur de l'éthique économique et sociale contemporaine »⁸ (ARNSPERGER et VAN PARIJS, 2003, p.56). Il s'agit d'un travail de synthèse qui intègre divers aspects empruntés aux précédents courants. Plus spécifiquement, la tentative consiste à tenter de respecter l'idéal de liberté ainsi que l'idéal d'égalité. L'idée est de tenir compte de la pluralité des conceptions de la « vie bonne » que l'on observe dans nos sociétés et de permettre à chacun l'accès aux ressources qui lui sont nécessaires pour poursuivre la réalisation de cet idéal de vie. Le « principe d'égale liberté » repose sur la garantie de droits fondamentaux à chaque individu, dont la seule limite est le conflit entre plusieurs droits fondamentaux. Un deuxième principe concerne l'égalité des chances d'accès aux diverses positions sociales. Cette garantie porte sur la possibilité pour un individu qualifié d'accéder à un statut spécifique. Il ne s'agit pas de permettre un libre accès à tout un chacun. Le troisième principe, celui « de différence », traite de la répartition des ressources. Il ne postule pas l'égalité stricte. Des répartitions inégales peuvent être considérées comme justes, équitables, dans la mesure où toute la collectivité, et le statut le plus bas en particulier, a un sort meilleur qu'avec toute autre configuration, en particulier plus égalitaire. C'est l'efficacité de l'arrangement qui

⁸ L'ouvrage de Arnsperger et Van Parijs dont cette présentation est tirée traite essentiellement de l'éthique « économique et sociale ». Les délimitations de ce champ sont précisées en page 5 à 7. Cette restriction s'accorde assez bien avec la thématique de ce mémoire. Par ailleurs, beaucoup des remarques faites dans cet ouvrage son valable aussi pour les autres aspect de l'éthique.

prime sur son égalitarisme strict. Il faut encore noter que le premier principe prime en toute circonstance sur les deux autres.

II.1.6 L'approche de Boltanski et Thévenot

Le modèle des économies de la grandeur traite d'éthique sans pour autant y faire explicitement référence. L'approche de Boltanski et Thévenot s'inscrit dans une observation empirique et une théorisation des éthiques « pratiques » ou « appliquées » sans distinction nette entre l'approche scientifiques et le sens commun. Leur apport ne consiste donc pas à la formulation d'une éthique, comme c'est le cas de certaines approches philosophiques que je viens d'évoquer, mais bien à l'étude des éthiques opérationnelles.

Dans cette approche, peut-être plus anthropologique que méta-éthique, le lien avec la réalité dont parle Monique Canto-Sperber, n'est pas assuré par une dimension normative et opérationnelle mais par une attention particulière à l'opérationnalité des éthiques particulières.

L'une des critiques que l'on pourrait formuler à l'égard de leur construction est de développer, non pas un modèle de pluralité d'éthiques, mais un modèle d'éthique plurielle. Comme ils le reconnaissent eux-mêmes, leur modèle n'est pas universel. Il s'inscrit dans l'état actuel de la tradition et de l'histoire occidentale. Le rayonnement de la pensée dite « occidentale » élargit certainement considérablement le champ de pertinence de leur modèle. Toutefois, comme le souligne (LEPETIT, 1995), on ne peut pas écarter l'existence au sein même de nos sociétés occidentales d'éthique autre que cette construction en six cités. D'autres cités peuvent être mise en évidence et des agencements qui ne sont pas des cités utilisés dans une justification.

C'est peut-être sur ce point que Boltanski et Thévenot rejoignent la tradition philosophique morale en formulant ce qu'est aujourd'hui l'idéal de pluralisme dont John Rawls avait posé les bases. Leur définition du modèle de cité s'approche en effet de l'éthique rawlsienne, notamment des trois principes énoncés plus haut.

II.2. Délimitation du contexte

II.2.1 Le cadre général

La citation de Moulier-Boutang⁹ en introduction évoque ce qui me semble être le contexte très général dans lequel s'inscrit Covalence. L'« économie solidaire » inclus un grand nombre d'approches très diverses qui rendent justement difficile sa qualification. Les mouvements altermondialistes, les commerces équitables, certaines ONG, certains lobbies sont autant d'acteurs pouvant se reconnaître dans cette dénomination. Si ce cadre ne me paraît pas trop général pour être évoqué ici, c'est pour deux raisons. Premièrement, chacun est à même de reconnaître une certaine cohérence thématique dans cet ensemble pourtant difficile à délimiter. Deuxièmement, certains propos des membres de l'agence m'ont confirmé qu'eux-mêmes y voient des liens tout en se distanciant. A plusieurs reprises ils m'ont en effet précisé ne pas vouloir être « pris pour des altermondialistes » ou des « activistes antimultinationales ». C'est une manière de s'inscrire dans un contexte commun tout en revendiquant une autre approche, moins contestataires et plus intégrée à l'économie « classique ».

La notion de « champ » (BOURDIEU, 1996), pourrait être pertinente pour décrire ce cadre général. Les différents actants peuvent être effectivement vu comme partageant un même *illusio* et en concurrence quand aux méthodes et à la position de domination du champ. Ce concept a l'avantage d'être suffisamment large pour englober l'ensemble très hétérogène désigné par le terme « économie solidaire ».

Mais les objectifs marchands de l'agence et l'approche théorique de ce travail nécessite de cadrer plus précisément le contexte spécifique de mon objet d'étude. L'apport de Callon présenté dans son ouvrage intitulé *The Laws of The Markets* (CALLON, 1998) peut être utile. Les développements théoriques de la notion de « marché » qu'il propose permettent quelques

⁹ Voir page 3.

liens avec la situation de Covalence. La définition qu'il emprunte à Robert Guesnerie en guise de point de départ ne convient peut-être pas parfaitement :

« According to Guesnerie, a market is a coordination device in which : a) the agents pursue their own interests and to this end perform economic calculations which can be seen as an operation of optimization and/or maximization ; b) the agents generally have divergent interests, which lead them to engage in c) transactions which resolve the conflict by defining a price. » (CALLON, 1998, p.3)

Dans le cas qui m'intéresse ici, la très faible qualification de l'offre et de la demande rend difficile l'application de cette définition au cas concret. L'idée du prix comme résultante de la négociation et comme résolution du conflit ne correspond pas à mes observations. Il est important de noter que je n'ai pas observé les négociations directes avec les potentiels clients, ou de tels mécanismes pourraient prendre place. Mais mes observations laissent entrevoir un travail de qualification du contenu de l'offre et du contenu de la demande plus que du prix de la transaction. L'approche constructiviste de la notion de marché que propose Callon est une piste intéressante puisqu'elle attire l'attention sur le processus de construction du système d'organisation du marché. Mais, nous verrons en fin de travail que cette notion, même dans l'optique constructiviste de Callon, n'est pas totalement satisfaisante pour qualifier les processus observés.

Les objectifs financiers de certains organismes ainsi que le vocabulaire de l'offre et de la demande parfois utilisé, notamment par le sens du Guide des organismes d'analyse sociétale qui n'hésite pas à parler de « *marché de la notation et de l'évaluation des entreprises* » (ORSE, EPE et ADEME, 2001, p.6), vont néanmoins dans ce sens.

La notion de « marché éthique » est aussi utilisée par les membres de l'agence. Mais ils l'utilisent plus pour désigner les informations qu'ils récoltent sur Internet¹⁰ que leur propre activité.

Je préfère personnellement mettre l'accent sur l'aspect encore assez indéterminé en parlant de « marchés en construction ». Le pluriel est essentiel dans la mesure où il est question d'activités assez diverses.

L'analyse des concurrents de Covalence résumée dans un document interne¹¹ et les remarques qui m'ont été faites sur ce sujet sont assez révélatrices. Les associés ont relevé l'aspect discutable de cette « matrice des concurrents » en raison du fait que certains de ces concurrents ont des activités très éloignées de celles de Covalence. La parenté générale entre ces organismes est facile à mettre en évidence. En revanche, la diversité des approches empêche d'y voir un marché unique et commun. A plusieurs reprises, lorsque des possibilités d'alliance, ou au contraire de concurrence directe, étaient envisagées, le ou les acteurs étaient toujours difficilement considérés comme véritablement concernés. Leur profil ne correspondait jamais véritablement à cette relation d'allié ou de concurrent, selon les propos tenus par les associés.

Par ailleurs, on peut noter la grande diversité des terminologies utilisées pour désigner ces nouveaux acteurs : « agence de notation extrafinancière », « agence de rating social et environnemental », « organisme d'analyse sociétale », « agence de cotation éthique », etc. La diversité des statuts administratifs et en particulier le statut d'« association à but non lucratif » vient troubler l'idée qu'il s'agit d'un « secteur d'activité lucratif » ou d'un « marché ». Mais ce type d'association peut assumer des fonctions de type marchandes.

¹⁰ Concernant la notion de « marché éthique », voir la page 77.

¹¹ Voir Annexe IV.

II.2.2. Les « organismes d'analyse sociétale »

Ce chapitre présente ce que le terme « organisme d'analyse sociétale désigne ». Il est important de noter que le premier terme que j'ai entendu pour désigner les mêmes entités était celui d'« agence de notation extrafinancière ». Il en existe encore d'autres. Il pourrait être intéressant de lister tous les termes utilisés et de préciser l'usage qui en est fait et par qui. Je n'ai pas mené une telle analyse et je me contenterai ici du terme décrit le plus minutieusement auquel Covalence est explicitement associé¹². Il s'agit de la présentation faite par le *Guide des organismes d'analyse sociétale* (ORSE, EPE et ADEME, 2001) qui présente Covalence dans son complément de 2003 (ORSE, EPE et ADEME, 2003).

Les deux premières parties du *Guide des organismes d'analyse sociétale* (ORSE, EPE et ADEME, 2001) me semble encore aujourd'hui la présentation la plus claire et la plus générale que j'ai eu l'occasion de consulter. La classification prudente qui y est proposée permet d'intégrer un grand nombre d'organismes très divers, sans perdre pour autant une certaine unité. Cette unité peut être expliquée par la focalisation sur les « *organismes chargés d'analyser les entreprises cotées selon leur comportement sociétal pour le compte des investisseurs* » (ORSE, EPE et ADEME, 2001, p.13). Malgré cette précision de l'énoncé, la présentation faite dans ce guide élargit en plusieurs points son horizon.

En premier lieu, les entreprises analysées ne sont pas toutes cotées en bourse et l'information n'est pas adressée exclusivement aux investisseurs. Par ailleurs, à moins de faire de l'adjectif « sociétal » une notion très générale, l'analyse porte parfois sur des aspects environnementaux, politiques, éthiques ou juridiques. L'adjectif « sociétal » n'est d'ailleurs pas défini dans le guide. Ces *élargissements* sont tout à fait essentiels pour mon propos. Ils

¹² Le seul élément dont je dispose est que le terme « organisme d'analyse sociétale » semble d'une utilisation plus général que celui d'« agence de notation extrafinancière » qui fait plus directement référence aux agences impliquées dans l'Investissement Socialement Responsable.

sont significatifs de l'état actuel de ce domaine d'activités que les auteurs du guide expriment ainsi :

« Bien que l'offre et la structure de ces organismes s'inspirent souvent de modèles existants (agences de rating financier par exemple), la diversité de leur culture d'origine (milieu associatif, fondation religieuse, milieu financier...) a probablement empêché jusqu'à aujourd'hui la création de catégories clairement identifiables. » (ORSE, EPE et ADEME, 2001, p.13)

Je me permets donc de reprendre ici quelques uns des axes descriptifs proposés par ce guide sans respecter strictement sa présentation. J'ajouterai par exemple quelques axes qui me semblent essentiels mais qui ne sont pas directement signalés comme tels dans le guide.

Ce qu'il est important de noter ici, c'est que je suis « rentré » dans le sujet en commençant par m'intéresser aux « agences de notation extrafinancière ». Ce n'est que par la suite, notamment par des lectures dont celle du guide cité plus haut, que j'ai pu définir et situer ces « agences de notation extrafinancière » dans un cadre plus large comprenant des organismes qui ne proposent pas de notation. J'ai opéré cet élargissement parce qu'il me paraissait pertinent au vu des difficultés à isoler, définir et décrire séparément les « agences de notation extrafinancière » au sens strict. Cette pertinence m'a semblé encore plus grande lors de mon terrain durant lequel j'ai eu l'occasion de constater la relative indétermination de la nature de Covalence, dont les membres préfèrent d'ailleurs parler de « cotation » plutôt que de « notation ». La notation semble plus une méthode parmi d'autres qu'un véritable critère de classification.

II.2.2.1 L'origine institutionnelle et sociale de l'organisme

Les origines institutionnelles et sociales des différents organismes d'analyse sociétale sont variables. Le Guide des organismes d'analyse sociétale précise trois « cultures d'origine » mais en laissant la liste ouverte : milieu associatif, fondation religieuse, milieu financier. Je rajouterais personnellement le milieu universitaire et celui de l'aide au développement qui ont

tout deux joué un certain rôle dans le cas de Covalence. La liste n'est certainement pas exhaustive et pourrait être affinée. L'essentiel ici est de retenir que ces origines variées donnent naissance à des positions différentes. Certains organismes peuvent être plus militants que d'autres. Les critères utilisés dans leurs analyses dépendent beaucoup de ces origines. Tous les organismes ne s'intéressent pas à l'écologie, aux relations avec les sous-traitants, à la participation à des activités pornographiques ou à la gouvernance d'entreprise.

II.2.2.2 Le statut juridique

Le statut officiel des organismes va de l'association à but non lucratif à la société anonyme en passant par l'institut de recherche et le gestionnaire de fond. Ce statut peut refléter l'origine de l'organisme, mais un organisme peut changer de statut au cours de son histoire, c'est le cas de Covalence. Ce statut a un impact sur l'activité de l'organisme. La pression financière qui s'exerce sur une société anonyme entraîne des conditions d'action très différentes que celles qu'une association à but non lucratif connaît. Il faut noter que certains organismes sont dépendants d'un organisme plus large qui les inclut par exemple à titre de départements. L'organisme inclusif peut être une banque, un gestionnaire de fonds ou une société d'assurances.

II.2.2.3 Les activités

Si l'analyse sociétale est toujours une composante de leur activité, il n'en reste pas moins qu'il existe une variété d'activités dans lesquelles l'analyse s'intègre. Certains organismes, essentiellement les agences de notation extrafinancière au sens stricte, participe à la sélection des valeurs cotées en bourse pour un fond, un indice ou un portefeuille alors labellisé « éthique », « socialement responsable », « respectueux de l'environnement », etc. Mais ce n'est pas le cas de toutes les agences de notation extrafinancière ni des organismes qui ne proposent pas de notation. Ces derniers peuvent aussi fournir des services de consulting. Des informations peuvent aussi être destinées à d'autres usages que la sélection de valeur, comme

la sélection de partenaires. Il arrive également que les analyses soient traitées comme des informations vendues ou totalement libres d'accès. On peut alors considérer que l'activité de l'agence s'approche de celle d'un média ou d'un fournisseur d'informations spécialisées.

II.2.2.4 L'univers évalué

Le terme « univers évalué » (ORSE, EPE et ADEME, 2001, p.19) ou « univers analysé » désigne l'ensemble des entités sur lesquelles l'organisme a mené ses analyses. Il s'agit le plus souvent de multinationales cotées en bourse, mais d'autres entités peuvent être aussi concernées : entreprises géographiquement plus circonscrites, non cotées en bourse, etc. Nous verrons que certains membres de Covalence considèrent qu'il est envisageable de soumettre à ce type d'analyses d'autres institutions comme des syndicats, des ONG, des partis politiques, etc. Mais actuellement, seule l'analyse d'entreprises est appliquée.

L'univers évalué peut être construit de cinq manières (ORSE, EPE et ADEME, 2001). La première est d'analyser les entreprises incluses dans un indice boursier traditionnel. Les performances de ce nouvel indice créé ainsi peuvent alors être comparées avec celles de l'indice de référence. La deuxième manière est de choisir une aire géographique, généralement une nation. Cette approche peut être couplée avec la première dans les cas fréquents où l'indice de référence est un indice national. L'association de plusieurs organismes « nationaux » en réseau est l'une des méthodes observées pour la création d'un indice mondial. La troisième manière est la sélection d'un secteur d'activité. Cette approche permet, selon les auteurs du guide, d'atteindre l'exhaustivité et une bonne maîtrise des enjeux du secteur qui sont souvent essentiels pour une analyse pertinente. La quatrième manière est celle du « bottom-up ». Elle consiste à analyser les entreprises innovantes dans un domaine très précis, généralement l'écologie ou l'environnement. Les entreprises concernées sont alors généralement de beaucoup plus petites tailles que celles incluses dans les indices nationaux ou mondiaux. Ce sont les entreprises pionnières et les start-up qui sont recherchées. La dernière

manière est de choisir des produits ou des marques de consommation courante dans une zone géographique particulière. Elle permet l'élaboration de guides de consommation.

II.2.2.5 Les critères ou thématiques d'analyse

Comme je l'ai déjà évoqué, les aspects sur lesquels les organismes se focalisent sont variables. Le Guide des organismes d'analyse sociétale propose sept approches de la « définition de l'entreprise « responsable » » (ORSE, EPE et ADEME, 2001, p.17). Chaque organisme d'analyse sociétale peut adopter une approche mixte. La première approche est particulièrement intéressante en raison de son intitulé : « éthique ». Elle témoigne d'une définition de l'éthique essentiellement liée à la religion :

« Ethique : Cette approche consiste à appliquer ses convictions éthiques à son investissement, c'est historiquement le premier type d'ISR. Dans la plupart des cas, elle va de pair avec l'utilisation de filtres d'exclusion des entreprises ayant des activités dans des secteurs considérés comme condamnables, tels l'alcool ou la pornographie.

En conséquence, les organismes qui produisent des filtres et offrent des services sur mesure se sont souvent historiquement spécialisés sur ce type d'ISR. Bien qu'historiquement liée à la religion chrétienne et aux congrégations religieuses, cette approche est aujourd'hui reprise fortement par l'investissement islamique qui exclut par exemple les entreprises impliquées dans la production de porc, ainsi que les banques et les compagnies d'assurance, puisqu'elles tirent ou accordent un profit lié à la rémunération du capital, activité proscrite par le Coran. » (ORSE, EPE et ADEME, 2001, p.17)

Les deux approches suivantes sont l'approche « environnementale » et l'approche « sociale ». Lorsqu'elles sont réunies, avec l'approche « économique », elles constituent l'approche du « développement durable ».

La cinquième approche dite « citoyenne » fait référence à des communautés locales ou minoritaires. Elle s'intéresse par exemple à la non-discrimination ou à d'autres politiques de soutien. La sixième approche intitulée « skateholder » consiste à analyser l'interaction entre l'entreprise et l'ensemble de ses parties prenantes. La dernière approche dite « financière » consiste à prendre en compte, dans l'évaluation de la valeur réelle de l'entreprise, des facteurs

sociaux. L'objectif est donc de constituer des portefeuilles plus rentables que les portefeuilles classiques en s'appuyant sur la notion de « risque éthique » et non de « conviction éthique ».

II.2.2.6 La clientèle

Dans le *Guide des organismes d'analyse sociétale*, les auteurs considèrent que les clients ciblés par les organismes sont essentiellement des investisseurs institutionnels. C'est certainement les clients majoritaires. Mais d'autres catégories de clients existent néanmoins. Les entreprises analysées s'intéressent non seulement aux résultats qui les concernent, mais aussi aux résultats de leurs concurrents. C'est ce qui est appelé une « étude de Benchmarking sectorielle » (ORSE, EPE et ADEME, 2001, p.19). Certains organismes proposent également des services de consulting basés sur les résultats de l'analyse. Les entreprises peuvent aussi être intéressées par ce type de produit, éventuellement par l'intermédiaire d'un consultant indépendant qui est alors le client de l'organisme d'analyse sociétale. Les organisations internationales, nationales, gouvernementales ou non, peuvent s'intéresser à ce type d'analyse pour identifier leurs futurs partenaires ou s'informer sur la situation dans un secteur ou une région. Les associations de consommateurs ou autres entités liées aux consommateurs courants peuvent aussi être des clients comme on l'a vu avec l'univers d'analyse par « marque » ou par « produit ».

II.2.2.7 La finalité

Ce dernier axe d'analyse fait référence aux formes théoriques les plus générales qui donnent un sens, c'est-à-dire une finalité, à l'organisme d'analyse en l'intégrant dans un projet social, idéologique ou politique. C'est un axe qui n'est pas retenu dans le guide bien que certains propos y fassent indirectement référence. Puisque je n'ai pas eu l'occasion de vérifier cet aspect dans différents organismes d'analyse sociétale et que je dispose de peu d'information à ce propos, je ne peux que difficilement généraliser mes constatations. Je me contenterai donc de présenter quelques conclusions liées à mon terrain.

Il faut, à mon avis considérer qu'il existe *a priori* un très grand nombre de finalités variées de natures très différentes. On aura compris qu'il y a une démarche commune qui est l'intégration dans des raisonnements considérés comme essentiellement économiques ou financiers de variables écologiques, sociales ou politiques. Mais plus spécifiquement, l'approche par le risque, postulant que cette intégration de variables permet de sécuriser la valeur et ainsi d'en renforcer la rentabilité à long terme ne vise pas les mêmes buts que l'exclusion des « valeurs du vice » dans une approche moraliste normative. La première approche s'accorde parfaitement avec le principe de productivité classique de l'approche économique. La deuxième s'inscrit dans une lutte contre des activités jugées immorales par une conception religieuse du monde, qu'elle soit musulmane, chrétienne, ou juive.

Une autre finalité peut être l'augmentation générale de la prise en compte des problèmes environnementaux et/ou sociaux. Dans ce cas, l'exclusion de valeurs ou l'exigence de rentabilité sont moins essentiels qu'une forme de lobbying consistant à augmenter la pression sur les entreprises tout en les encourageant à s'améliorer. Cette finalité s'accorde par exemple avec des approches « sectorielles » ou « bottom up ».

Une dernière finalité que j'évoquerai ici est celle de critique militante de l'immoralité des multinationales. L'objectif étant de dénoncer des pratiques frauduleuses ou immorales, il peut y avoir une tendance à privilégier le mode de l'information libre d'accès et le statut d'association à but non lucratif.

II.2.3 Historique de l'ISR et des agences de notation extrafinancière

Les agences de notation extrafinancière n'ont pas une longue histoire. C'est probablement ce qui explique l'absence d'ouvrages sur le sujet. Je ne peux donc que m'appuyer sur des articles de périodiques qui sont le plus souvent le fait de personnes engagées professionnellement dans le domaine. Mais au-delà du parti pris évident de ces textes, le problème principal reste l'absence d'une bibliographie plus étendue. Les auteurs de ces articles font tous référence à

l'ISR en l'associant aux agences de notation extrafinancière. Nous avons pourtant vu que toutes n'y sont pas directement liées.

Certains de ces articles remontent dans ce qu'on pourrait appeler la « préhistoire » de l'ISR. Loiselet évoque par exemple qu'« à l'époque biblique, les lois juives comportaient de nombreuses directives sur la façon d'investir selon l'éthique » (LOISELET, 2002, p.2).

L'une des origines historiques proposée remonte au XVIIIe siècle et à John Wesley, fondateur de l'Eglise méthodiste, qui condamnait l'enrichissement grâce à des activités jugées malsaines comme les jeux d'argent (LOISELET, 2002; ORSE, EPE et ADEME, 2001). L'exemple précis ne fait peut-être pas l'unanimité, mais le fait que ce soit les congrégations religieuses qui soient à l'origine des premiers fonds n'est pas contesté.

Tous les auteurs que j'ai consultés (FATOUX et TIBERGHEN, 2004; LOISELET, 2002; NOTAT, 2003; ORSE, EPE et ADEME, 2001) s'accordent pour faire remonter l'histoire de l'ISR en 1920. Sous l'impulsion des congrégations religieuses, apparaissent aux Etats-Unis les premiers fonds d'investissement soumis à des critères éthiques. Le premier fond identifié a été créé en 1928 à la demande des Quakers. Les critères étaient alors de ne pas investir dans les « valeurs du péché », c'est-à-dire l'alcool, les jeux et la pornographie.

Dans les années 70, ces fonds se développent considérablement en Angleterre et aux Etats-Unis. Ce sont en premier lieu les entreprises impliquées dans le nucléaire, puis dans les années 80 celles liées à l'industrie du tabac et en 1982 les entreprises liées au régime d'apartheid en Afrique du Sud qui sont concernées (ORSE, EPE et ADEME, 2001, p.8). Ces exclusions ont été le fait d'investisseurs institutionnels aux Etats-Unis, alors qu'en Angleterre il s'agissait plutôt d'investisseurs individuels (NOTAT, 2003, p.18). Cette auteure précise également que tous admettaient des moins-values financières comme « prix » de leur sélection. C'est un aspect qui aujourd'hui est abordé très différemment. L'un enjeux actuels

de certains fonds éthiques est de démontrer qu'ils rapportent plus que les fonds « non éthiques » dont ils sont issus.

En France, le concept de fond éthique est apparu en 1983 lorsque la Financière Meeschaert crée le premier fond sous l'impulsion de la sœur Nicole Reille (FATOUX et TIBERGHIEU, 2004). Sans être plus précis, ces auteurs soulignent qu'avant cela, « la finance éthique se limitait à l'investissement solidaire¹³ » (FATOUX et TIBERGHIEU, 2004, p.40). Ces fonds, bien que plus anciens en France sont largement moins développés.

Les années 80 et 90 voient l'ISR progresser fortement. Cette évolution est mise en relation avec le développement des fonds de pensions, la co-gestion en augmentation de certains fonds par les syndicats et le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (ORSE, EPE et ADEME, 2001). C'est aussi les critères de sélection qui évoluent. L'émergence des valeurs écologistes et citoyennes ainsi que le concept de développement durable entraînent d'autres approches que les préoccupations religieuses.

II.2.4 L'ampleur de l'ISR dans l'activité boursière

L'évaluation de l'évolution de la taille du marché de l'ISR n'est pas facile. Celle de la performance de l'ISR l'est encore moins. Les statistiques ne sont ni systématiques, ni standardisées. Les méthodes de calculs et les définitions des fonds qui font ou non partie de l'ISR varient notamment d'un pays à l'autre. Tous les avis vont néanmoins dans le sens d'une progression générale. Il faut toutefois distinguer « l'investissement solidaire » dont l'ampleur reste relativement faible de l'ISR beaucoup plus important et en progression plus forte.

La dernière étude en date est celle menée par Eurosif (CHRISTENSEN et CLAWSON, 2006). Elle se veut une présentation générale de l'ISR dans son état actuel, des évolutions

¹³ « L'investissement solidaire » se distingue de « l'investissement éthique » par ses objectifs de rendement volontairement bas. « L'investisseur solidaire » accepte des revenus plus bas par exemple pour permettre une meilleure rétribution des producteurs locaux dans le cadre d'un « commerce équitable ».

intervenues depuis le dernier rapport de 2003 et de l'évolution possible dans les trois ans à venir. Je me contenterai d'introduire quelques chiffres qui concernent l'Europe.

L'étude d'Eurosif propose une distinction entre l'« ISR au sens strict », « core SRI », et l'« ISR au sens large », « broad SRI ». Cette distinction est opérée en fonction des principes d'analyse. Le « core SRI » est constitué de l'exclusion éthique, « ethical exclusions », et de la sélection positive, « positive screens » dont la méthode « Best-in-Class » et « Pioneer screening ». Le « broad SRI » ajoute à ces principes d'analyse l'exclusion simple, dont « norms-based screening », l'« engagement » et l'« intégration ». Le « broad SRI » inclus donc le « core SRI ». Les justifications données pour cette distinction sont tout à fait intéressantes. Selon les auteurs de cette recherche, elle aurait l'avantage de correspondre au débat actuel sur ce qui fait ou ne fait pas partie de l'ISR. Le « broad SRI » concerne des acteurs moins engagés, moins militants et est considéré comme moins « traditionnel »¹⁴. Il est largement de taille plus importante.

Les chiffres avancés pour l'Europe sont 105 milliards d'Euro (« €105 billion ») pour le « core SRI » et 1,033 milliards de milliards d'Euro (« €1033 trillion ») pour le « broad SRI ». Cela correspond à une croissance de 71% sur trois ans pour le « core SRI », soit à une stabilité par rapport à l'évolution globale du marché européen qui a cru de 70% pendant la même période. Pour le « broad SRI », sa croissance est de 106% pour la même période, soit une progression de 36% par rapport au marché européen.

Ces chiffres sont bien entendus à discuter. Le rapport est très complet et se montre très prudent à l'égard de ces données dont l'établissement pose d'énormes problèmes. De plus, le rapport détaille ces données par pays, par type d'investisseurs, par principe d'analyse, par type d'entreprises, etc. Les variations peuvent être considérables. A côté des statistiques sont proposées également des analyses sur les tendances et les enjeux actuels de l'ISR. Il

¹⁴ Ce terme est utilisé avec des guillemets dans le rapport.

conviendrait par ailleurs d'analyser ces chiffres d'un point de vue ethnologique. Mais ce n'est pas le sujet de ce mémoire. Il s'agit ici uniquement de donner une toute petite idée de l'ordre de grandeur et de l'évolution de l'ISR parmi les autres formes d'investissement.

II.3. Covalence

Je souhaite maintenant présenter l'agence dont il est indirectement question depuis le début. Les informations qui suivent ont été récoltées lors d'entretiens avec les associés ou par des observations directes. L'historique qui suit est une reconstruction par mes soins de propos récoltés auprès de plusieurs personnes à différents moments. Il ne s'agit donc pas d'un historique documenté et précis mais de souvenirs éparses, d'une mise en récit du passé.

II.3.1. Historique de l'agence

L'histoire de l'agence débute en 2000 par un groupe de discussion informel. Les participants s'intéressent tous, de par leurs activités, aux relations N-S et aux questions d'aide au développement. Plus particulièrement, c'est la difficulté à réunir des fonds qui les interroge. Leur projet est de créer un fond d'investissement qui, en plus d'être établi selon des critères éthiques ajoutés aux critères financiers, dégagerait une partie de ses bénéfices pour le financement de projets de développement menés par des ONG. Ce groupe de discussion c'est transformé en 2001 en une association à but non lucratif, *SerInvest*.

Les objectifs de cette association étaient de mener à bien ce projet. Mais très rapidement, les membres réalisèrent qu'il leur était nécessaire de disposer d'un outil d'expertise crédible pour sélectionner les valeurs du fond. C'est pour cela qu'ils ont commencé à s'intéresser à la notation éthique et qu'ils sont arrivés à la conclusion qu'ils devaient créer leur propre système de notation.

Parallèlement, l'investissement en temps de certains membres de venait tel, que les membres jugèrent nécessaire de garantir, si ce n'est une rémunération immédiate, au moins une garantie

de retour sur investissement. C'est pourquoi ils décidèrent de dissoudre leur association et de créer *Covalence SA*. Lors de cette transition, une associée a quitté le projet. Il semblerait qu'elle ait considéré que les objectifs initiaux auxquels elle tenait avaient été abandonnés.

C'est donc la création de ce système de cotation qui est aujourd'hui le projet prioritaire. Certains membres considèrent le projet initial, à savoir la création d'un fond, comme définitivement abandonné alors que d'autres estiment qu'il est encore d'actualité, mais seulement reporté.

Lors de mon terrain, l'avenir de l'agence était souvent discuté. L'éventualité de créer un indice boursier était étudiée, renouant ainsi un peu avec le projet initial. Mais d'autres pistes étaient évoquées, notamment la possibilité de se « profiler » comme « provider d'informations spécialisé » ou comme « média spécialisé ». Si cette voie est suivie, ce serait encore une redirection du projet. Cette éventualité est considérée comme découlant de l'influence grandissante d'Antoine Mach, l'actuel directeur de l'agence.

II.3.2. Présentation des membres

Les différents acteurs m'ont été présentés en précisant leur position dans l'agence. La première distinction intervient entre les « membres » ou « associés » et les « stagiaires ». Parmi les associés, trois sont « actifs », ou « salariés ». Leur activité principale est le travail à l'agence. Les autres associés, au nombre de quatre, ont actuellement tous une autre activité qui leur laisse peu de temps. Ils n'interviennent donc que lorsqu'une décision jugée importante doit être prise. A une exception près, ils ont tous investi leurs propres économies. Entre eux, l'organisation se veut plutôt horizontale. Le statut de directeur est rarement évoqué. Il faut pourtant noter que le directeur actuel m'a été présenté plusieurs fois comme ayant fortement influencé l'évolution de l'agence.

Le directeur de l'agence, Antoine, ainsi que le directeur de DataDoxa, Matthias, ont tous deux suivi des études en sciences politiques à Genève où ils ont fait connaissance. Le premier s'est

notamment intéressé aux rapports entre les ONG et les entreprises suisses dans le cadre d'un mandat d'Antenna, « l'Association suisse pour le contrat mondial de l'eau ». Il a ensuite travaillé deux ans comme journaliste. Le second, après dix ans de recherche universitaire, propose avec son entreprise des produits informatiques concernant les différents aspects liés à la gestion et à l'analyse des données statistiques en science politique. Il a contribué à la conception et au codage des outils informatique de Covalence.

Steeven est avocat. Il a travaillé dix ans au barreau, dont cinq dans son propre cabinet. Il s'est spécialisé dans le droit des entreprises et la fiscalité. Dans le cadre de ce qu'il appelle la révolution technologique de 1999, il a participé au lancement d'une start up Internet sur Lausanne. Il a gardé une petite clientèle en parallèle à son travail au sein de l'agence. C'est David qui lui a parlé du projet et lui-même a présenté Antoine. Il est principalement chargé du démarchage de clients.

Mélanie a suivi des études en science des religions s'intéressant au chamanisme. Elle vient de terminer une thèse sur les indigènes et la globalisation à l'Université de Newcastle en géographie humaine. Elle a rencontré Antoine dans un workshop sur les stratégies des indigènes face aux multinationales dans le cadre du Forum mondial de la société civile de 2002. Ce dernier lui a proposé de participer à la mise en place d'une plateforme d'information pour faire « monter » l'information en provenance des ONG et des associations de défense des indigènes.

Les autres associés ne sont pas actifs sur place. David a suivi des études en environnement et géographie. Il travaille dans une grande institution pour l'élaboration de rapports environnementaux. Marc a suivi des études en Lettres après l'école de commerce. Il a ensuite travaillé comme courtier en produits dérivés. Je n'ai pas eu l'occasion de rencontrer Jean-Félix qui semble ne plus être très investi. Je n'ai pas non plus rencontré une ancienne associée qui a quitté le projet suite à une divergence sur les objectifs visés par le projet.

Tous les stagiaires ne font pas que du codage. S'ils se montrent intéressés, ils peuvent participer à certaines discussions, au démarchage, à l'étude de diverses options stratégiques, etc. L'un d'entre eux, Amlan, a, comme Steeven et Matthias, participé au lancement d'une startup. Il a créé en Inde un produit informatique hardware permettant d'accélérer les flux d'information. Après avoir vendu son produit à une grande multinationale du secteur, il suit des études de science politique à Paris. Deux anciennes stagiaires sont aujourd'hui représentantes de Covalence en Scandinavie et aux Etats-Unis. Elles sont payées à la commission sur les contrats obtenus.

II.3.3. Présentation des lieux

Le local de l'agence est marqué dans l'organisation de son espace par cette distinction entre stagiaires et associés. Les premiers partagent des ordinateurs disposés sur des tables formant un carré dans un des angles de la pièce. Séparés par une étagère et un poteau agrémenté de diverses décorations, les trois associés disposent chacun de leur bureau. Occupant à peu près la moitié du local, ils sont répartis en U regardant chacun vers le centre. Dans l'angle opposé à celui des stagiaires, du côté gauche de la porte d'entrée se trouve un évier et la machine à café.

Juste à côté de l'évier, une ouverture donne directement sur l'entreprise voisine, *DataDoxa*. Les toilettes ainsi que la table de réunion utilisées par les membres de Covalence se trouvent dans cette partie. Antoine m'a présenté cette situation comme un exemple de « symbiose » permettant de diminuer les coûts de location.

L'ensemble du mobilier est des ordinateurs sont de la récupération. L'état de ce matériel d'occasion ajouté à l'aspect industriel du local présente une image assez éloignée du stéréotype de l'agence financière. L'atmosphère s'approche de celle d'un atelier où les outils, colles et divers produits de quincaillerie ont été remplacés par quelques postes informatiques et de rares documents papier. De ce point de vue, ce lieu ressemble plus à un « laboratoire

technique » qu'à un « siège d'agence ». C'est peut-être l'aspect « bricolage » qui fait le lien entre l'aspect physique du lieu et l'activité qui y prend place.

Pour compléter cette rapide description, il faut encore signaler les éléments de décoration. Quelques plantes vertes et un feu de signalisation routière habillent le poteau central. Diverses affiches colorent les murs, notamment le « Prix cantonal du développement durable » qu'ils ont reçu en 2004, une affiche au nom de l'agence, une photo noir et blanc d'une ancienne boucherie et une peinture de la tour de Babel.

Ces éléments de décor ne sont pas un sujet de discussion spontané et quotidien pour les membres de l'agence. Je les ai néanmoins questionnés à ce sujet. L'affiche de la tour de Babylone en construction a donné lieu à quelques remarques. Cette référence propose une allégorie entre ce chantier biblique et le travail engagé par l'agence. En résonance avec le matériel d'occasion et le local industriel, l'évocation d'un gigantesque chantier est jugée pertinente pour éclairer la situation de l'agence. Mais une ombre plane sur cette vision assez valorisante du projet soutenu par les associés. Les membres de l'agence, certains en tout cas, n'arrivent pas à oublier que cette construction fût détruite. Les conditions actuelles de l'agence n'écartant pas un possible avortement du projet donne à cette symbolique un caractère un peu menaçant, funèbre, voir angoissant.

II.4. *EthicalQuote*

C'est maintenant l'outil développé et utilisé par les associés que je vais décrire. Cette description détaillée est nécessaire pour comprendre les enjeux qui seront décrits ensuite. Nous verrons que ce système de cotation est construit sur des représentations du monde et par conséquent qu'il est porteur de représentations qui débordent les seuls aspects techniques, mathématiques ou informatiques.

II.4.1 Introduction

EthicalQuote est un système de cotation couplé à une banque de données. Je commencerai par présenter la mise à jour de la banque, ou autrement dit l'entrée des données, en respectant le plus possible l'ordre chronologique des procédures. Cette description permettra aussi de présenter comment la cotation est établie à partir de cette base de donnée. Je n'ai pas distingué les deux choses dans ma présentation, car elles ne le sont pas dans la pratique. La cotation est établie en même temps et par les mêmes procédures que celles qui permettent l'enregistrement d'une nouvelle donnée. La raison en est en fait assez simple. A chaque nouvelle donnée est attribuée une valeur qui vient s'ajouter au calcul de la cote.

L'essentiel des actions qui permettent de constituer la banque de données peut être réparti selon deux catégories: la collecte et le codage. L'ensemble des manipulations qui permettent de collecter et de coder l'information est accompli par des stagiaires. Ceux-ci sont généralement des étudiants en fin d'étude. Ils travaillent dans le même local que les « associés » rémunérés.

Ils ont à leur disposition divers documents dans lesquels je distinguerais trois types de contenu. Le premier donne des informations générales sur Covalence et sa méthodologie. Le deuxième type donne des précisions sur l'utilisation des moteurs de recherche et du programme de codage. Le troisième type réunit des informations que les stagiaires ont à utiliser régulièrement, les mots-clés standardisés notamment. Leur formation se limite à une présentation, par un autre stagiaire, des différentes tâches et outils.

II.4.2. La collecte des données

II.4.2.1 L'« aspiration » de données : un « filtre » technique

Le point de départ de la collecte est l'ensemble des informations disponibles sur Internet. La première étape de la procédure consiste à isoler dans cette masse d'informations très

hétérogènes celles qui sont pertinentes et utilisables par le système. Antoine parle d'« aspiration de données ».

Cette phase répond essentiellement à la nécessité de diminuer la masse d'informations que les stagiaires auront à consulter. Certains sites sont consultés indépendamment des moteurs de recherche. Il s'agit des sites officiels des multinationales pris en compte dans le système de cotation.

La consultation d'un moteur se fait à l'aide de mots-clés standardisés. Le modèle est copié depuis un document word dans la fenêtre de recherche du moteur. Le nom de la multinationale qu'Antoine a fourni au stagiaire selon un planning de recherche géré par lui est ajouté à l'emplacement réservé. Voici comme exemple la version française d'un mot-clé standardisé : « ("Nom de la compagnie" AND (social OR éthique OR durable)) » La recherche est ensuite lancée. Le résultat ainsi obtenu est constitué de pages de résultats tout ce qu'il y a de plus banal pour l'utilisateur d'Internet.

Les moteurs utilisés sont actuellement Google News, Dialog News Room, et Google. Ce dernier moteur a longtemps été écarté en raison de son caractère généraliste qui faisait craindre une faible efficacité et une perte de temps considérable. Son usage a toutefois été adopté lors de mon terrain. Cette décision fut prise en raison de la faible quantité d'informations codées par unité de temps.

Il s'agit d'ailleurs d'un problème souvent abordé par les associés. Le manque relatif de nouvelles informations signifiantes pour EthicalQuote suscite des interrogations quand à la raison de la faiblesse de ce flux. Est-ce révélateur de l'état actuel de la question éthique sur Internet? Ou bien est-ce la méthode d'« aspiration » des données qui manque d'efficacité? Deux hypothèses ont été formulées à ce sujet dans les discussions dont j'ai été témoin. La

première est d'accepter que le « bruit éthique »¹⁵ n'est pas aussi fort qu'ils le souhaitent. La deuxième est que la plupart des informations sur ce sujet ne passent pas en accès libre et public sur Internet. David et Matthias pensent par exemple que les bulletins d'informations internes des entreprises, des communiqués de presse ou encore des communications à destination des skateholders et shareholders sont certainement des sources quantitativement importantes.

Ce problème est lié à des questions de coût, de temps ainsi qu'à des contraintes techniques. Le prix des abonnements à des fournisseurs d'informations comme les agences de presse (Reuters, Dialog News Room, etc.) est jugé trop élevé par les associés en regard du gain, c'est-à-dire de la quantité d'informations utilisables ainsi obtenue. Pourtant, afin de pallier partiellement à ce problème, les collaborateurs de Covalence ont arrêté leur choix sur Dialog News Room en raison de son prix plus bas que Reuters. Quand aux sources libres d'accès mais sur d'autres supports médiatiques qu'Internet, telles que magazines, journaux, télévision, radio, etc. le problème est non seulement le coût mais aussi le temps qu'il faudrait investir pour collecter et archiver tous ces supports hétérogènes. De plus, pour rendre ces sources accessibles aux clients¹⁶, il faudrait trouver une solution technique, comme par exemple les numériser dans le cas de supports écrits, ce qui ne fait qu'augmenter les coûts.

Les modalités de l'utilisation de Google ont été également discutées. La question était de trouver la manière d'utiliser ce moteur en palliant à ces travers généralistes. La solution proposée par Antoine consiste à limiter la consultation aux dix premières pages de résultats. L'argument évoqué était qu'il s'agissait d'un bon compromis entre le temps nécessaire à la consultation des résultats par un stagiaire et la quantité d'informations manquées dans les pages suivantes.

¹⁵ Ce terme est souvent utilisé par les associés pour désigner l'ensemble des opinions publiées sur Internet.

¹⁶ C'est un des principes du système, tous les documents codés sont directement accessibles depuis le graphique. Il suffit de pointer de la souris le document et un résumé du contenu s'affiche.

II.4.2.2. La sélection des données : un « filtre » humain

L'étape suivante, toujours accomplie par les mêmes stagiaires, est de visionner tout ou partie des résultats de recherche selon une procédure préétablie. Le stagiaire commence par afficher le lien. Il doit alors par lui-même vérifier et confirmer l'intérêt de l'information contenue dans cette page web. Pour cela, il lui est conseillé, par Antoine ou le stagiaire l'ayant informé à son arrivée, d'avoir en tête la liste des 45 critères¹⁷. Les éléments consultés dépendent du stagiaire. Il s'agit grosso modo d'une rapide lecture en diagonale en focalisant sur des mots-clés. Si le stagiaire juge l'information pertinente, il lance alors la procédure de codage.

Si j'ai parlé de « filtre technique » pour l'aspiration des données, je considère cette étape de sélection comme un « filtre subjectif ». Cette notion de « filtre » est souvent utilisée dans la notation extrafinancière pour désigner toute étape qui consiste à trier les entreprises analysées, soit en écartant certaines et en conservant les autres, soit en traitant séparément différentes sélections. Si je l'utilise ici pour désigner des étapes de sélection des informations, et non plus des entreprises, c'est qu'elle me paraît répondre à un principe similaire. La recherche et la sélection des informations sont des enjeux prépondérants de l'analyse extrafinancière. Le contenu et la nature de l'analyse, comme de la notation, sont indissociables de la sélection des informations. C'est pourtant un aspect qui est très peu abordé dans les articles spécialisés, alors que les filtres appliqués aux entreprises le sont souvent. La sélection des informations est indirectement prise en compte lorsqu'il est question des critères d'analyse. Mais il s'agit d'un aspect formel ou officiel. L'aspect technique ou subjectif est lui généralement ignoré.

Ces questions sont en revanche une préoccupation récurrente pour les collaborateurs de Covalence. Les filtres ou limites techniques font l'objet de discussions. Le problème sous-jacent est évidemment la quantité d'informations qui peut être récoltée, question essentielle pour Covalence, puisque l'un de ses objectifs est de mener des analyses statistiques sur la

¹⁷ La liste des 45 critères est reproduite à l'annexe II.

banque de données, ce qui exige un nombre d'items minimal assez considérable. Le nombre d'informations est aussi indicateur de l'intérêt réel de l'ensemble des acteurs à communiquer sur Internet au sujet du comportement des entreprises. Par ailleurs, la quantité de nouvelles informations par unité de temps est aussi un facteur important pour maintenir et renouveler l'intérêt des services proposés par l'agence. On comprend donc que ce soit une question vitale pour les membres de Covalence.

La question des filtres ou « biais » subjectifs est aussi débattue à l'interne. J'y reviendrai plus loin, car le codage dont il va être maintenant question est aussi concerné par cet aspect.

II.4.3. Le codage

II.4.3.1. Description succincte

La phase de codage est basée sur un formulaire numérique à remplir¹⁸. Les informations que le stagiaire doit donner sont : déterminer s'il s'agit d'une offre ou d'une demande ; copier le titre de l'article ; copier le/les passage(s) significatifs; indiquer la source web (si nécessaire entrer la nouvelle source dans la banque de données en indiquant le type de source) ; noter le nom de l'auteur s'il est indiqué ; noter la date de mise en ligne si elle existe (sinon la date est attribuée aléatoirement par l'ordinateur) ; indiquer la/les entreprises citées ou le cas échéant, le secteur d'activité concerné; indiquer le ou les (maximum 2) critères correspondants aux propos de l'article ; indiquer le/les pays ou la région du monde auxquels s'applique l'offre ou la demande. Ensuite la fiche ainsi que la page Internet sont enregistrées. Un document peut être codé au maximum deux fois avec chaque fois un ou deux critères.

II.4.3.2. Le calcul du score éthique

Le calcul du « score » ou de la « cote » est une soustraction de la valeur absolue des demandes aux offres, ou autrement dit une addition des offres et des demandes. La formule est donc très simple : scores = offres - demandes. L'idée est que les offres sont en faveur de

¹⁸ Un exemple de formulaire rempli est reproduit à l'annexe I.

l'entreprise, donc positives. Elles augmentent donc le score. Les demandes sont en défaveur de l'entreprise, donc négatives. Elles diminuent donc le score. L'équilibre entre offres et demandes donne 0 comme résultat.

Le calcul du score ne s'est pas toujours fait ainsi. Auparavant, les offres étaient divisées par les demandes : $\text{score} = \text{offres}/\text{demandes}$. Dans ce cas, plus les demandes étaient nombreuses par rapport aux offres, plus le résultat tendait vers 0. A l'inverse plus les offres étaient nombreuses par rapport aux demandes plus le score augmentait. L'équilibre entre offre et demande donnait 1 comme résultat.

Ce calcul a été abandonné au profit de la soustraction essentiellement en raison de la ressemblance de ce dernier avec les calculs des cours et volumes financiers. Selon les membres de l'agence, c'est une présentation de résultats que les travailleurs de la finance connaissent bien. Par ailleurs, ils considèrent que cette forme mathématique est moins « normative » et permet de tenir compte de « l'historique », du « passé » ou encore du « fardeau éthique ». La notion de « fardeau éthique » est utilisée pour désigner les conséquences actuelles d'un comportement non éthique antérieur.

A ce calcul a encore été ajouté le temps pour permettre un calcul de la pente qui exprime l'évolution d'une réputation. La formule est donc : $(\text{offres}-\text{demandes})/\text{temps}$. Elle permet, toujours selon les membres de Covalence, de s'approcher de la notion de volume connue des milieux de la finance.

Je reproduis ici un schéma proposé sur le site de l'agence pour illustrer ces notions d'offre et de demande :

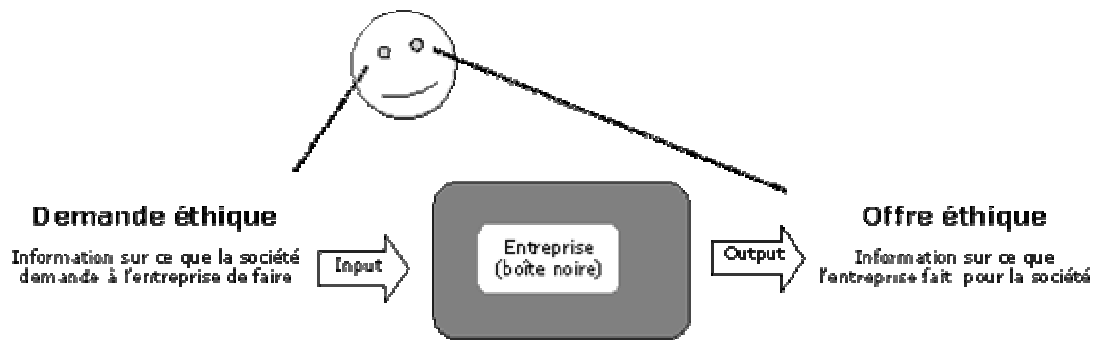


Figure 2 : Schéma tiré du site Internet de Covalence dans la rubrique « méthodologie ».

La précision « boîte noire » concernant l'entreprise souligne que l'agence ne s'intéresse pas à ce qui se passe au sein de l'entreprise, mais uniquement aux informations concernant l'entreprise. Ce principe est l'une des particularités de Covalence par rapport aux agences concurrentes.

L'argumentation pour justifier cette méthode s'appuie sur le postulat qu'il est impossible d'observer et de mesurer directement le degré éthique du comportement d'une multinationale. Cette impossibilité s'expliquerait autant par la volonté de ne pas définir l'éthique de manière substantielle que par l'absence d'outils permettant de mesurer l'éthique. Antoine m'a signalé quelques références théoriques sur lesquelles il s'appuie pour défendre cette approche, notamment Edgar Morin, J.P. Dupuis, Niklas Luhmann et Henry Atlan. Les courants qu'il m'a signalés sont la systémique, la biologie, les théories de l'ordre et du désordre. Il parle souvent de « société de la complexité » ou de « société de l'incertitude ».

La manière dont ils conçoivent l'éthique est volontairement floue. Selon eux, « l'éthique est partout », multiforme. Chaque acteur est producteur d'une éthique particulière. L'éthique, notamment économique, a toujours existé. Ce qui est nouveau en revanche, ce sont les interactions entre éthiques et la volonté de les normaliser et de légiférer sur ces questions.

Cette définition imprécise de l'éthique est un choix délibéré de leur part. Il s'y voit une garantie d'indépendance et d'impartialité. Ils laissent aux clients le soin de définir leur conception de l'éthique pour ne se concentrer que sur les processus. Le « pari » qu'ils font est qu'une analyse des points de vue la plus exhaustive possible est la meilleure manière de se faire une idée de la réalité.

L'affaire connue sous le nom du « scandale Enron » est pour eux un exemple supplémentaire de l'intérêt de leur approche. Cette affaire de fraude massive a secoué le domaine de la notation. Les agences de notation qui travaillaient avec et sur Enron ont fermés les yeux, voir même participé à la falsification de documents qui ont permis de masquer la faillite (CHEVALIER, 2002; COCHEME, 2002; JOFFRE et AUREGAN, 2002; SAAB, 2002). La plupart des organismes d'analyse sociétale procèdent par l'envoi de questionnaires aux directions des entreprises qui répondent par courrier. La fiabilité de l'information est donc facilement critiquable. Covalence échappe à cette mise en doute grâce à l'extériorité des informations consultées.

II.4.3.3. Description détaillée des phases de codage

II.4.3.3.1. Déterminer s'il s'agit d'une offre ou d'une demande

Déterminer s'il s'agit d'une offre ou d'une demande est sans doute l'étape la plus signifiante. C'est ce choix qui va déterminer le signe, positif « + » ou négatif « - », de l'entrée. Les définitions données sur le site de l'agence sont :

« Demande : information sur ce que la société demande à l'entreprise de faire, input. »

« Offre : information sur ce que l'entreprise fait pour la société, output. »

La notion de demande inclut également des propos qui sont plus des critiques que de véritables demandes formulées comme telles. Concrètement, il n'est donc pas toujours facile de faire la différence entre une offre et une demande. J'ai pu m'en rendre compte par moi-même et certains stagiaires m'ont confirmé être confrontés au même problème. Par exemple,

certaines articles peuvent être très nuancés et présenter une argumentation où les notions de demande et d'offre ont peu de pertinence. Selon les collaborateurs de Covalence, un article totalement neutre n'a pas de raison d'être codé. Antoine considère ce type d'articles comme quasiment inexistant. Par ailleurs un article qui avancerait des arguments en faveur d'une entreprise ainsi que des arguments en sa défaveur peut être codé deux fois, l'une en tant qu'offre, l'autre en tant que demande.

II.4.3.3.2. Déterminer les critères

La valeur de chaque entrée, 1 ou 2, est déterminée par le nombre de critères que le stagiaire considère comme étant les plus significatifs du contenu. Ce nombre de critères étant limité à 2, le résultat du codage d'une information ne peut pas aller au-delà de ± 2 . Toutefois, en raison de la possibilité évoquée ci-dessus de recoder le même document une seconde fois, quatre critères peuvent être utilisés. Cette option n'est pas connue de tous les stagiaires. Elle m'a été signalée par Antoine en réponse à mes questions à ce sujet. Dans ce cas, l'un des codages sera une offre avec la valeur de +1 ou +2, toujours selon qu'un seul ou deux critère(s) a(ont) été sélectionné(s). L'autre sera une demande toujours avec la valeur 1 ou 2 mais cette fois négative. Au total, le poids d'un document peut atteindre au maximum 4 unités, mais qui s'annulent alors en prenant compte du signe. Le résultat varie donc entre -2, -1, 0, 1 et 2, quelle que soit sa manière d'être codée.

Le choix de limiter à deux critères a été fait avant mon arrivée. L'argument principal qui m'a été donné pour justifier ce choix était que la possibilité de sélectionner un plus grand nombre de critères aurait augmenté le poids potentiel d'un document ainsi que l'impact de la subjectivité du codeur.

Ce sont deux aspects essentiels du système de codage. La « neutralité », l'« objectivité » ou encore l'« impartialité » de la collecte et du codage sont des arguments sur lesquels les associés insistent. Ils considèrent que cette absence de positionnement moral est garantie

d'une part, par l'importance égale donnée à chaque document, quelque soit la source et, d'autre part, par la succession de multiples stagiaires au sein de l'agence. Ce dernier argument permet, toujours selon les membres de Covalence, de diminuer l'impact des subjectivités de chaque stagiaire. Les « biais » introduits dans le codage par un stagiaire sont noyés dans la masse. Autrement dit, plus il y a de subjectivités, moins l'une d'entre elles a de l'influence sur le résultat global.

L'attribution d'une orientation en tant qu'offre ou demande ainsi que l'indication du ou des deux critères concernés sont donc les variables centrales du système de cotation. Les autres indications ont un rôle périphérique dans la mesure où elles n'affectent pas le score. Certaines donnent simplement des précisions contextuelles. C'est le cas du nom de l'auteur, de la date de mise en ligne et des passages significatifs.

II.4.3.3.3. Les documents identiques

Le titre remplit essentiellement un rôle de contrôle. Lorsqu'il est introduit dans le formulaire, une procédure informatique vérifie s'il existe déjà dans la banque de données. Si c'est le cas, le stagiaire doit aller chercher la ou les données correspondantes et vérifier s'il s'agit bien du même document.

La correspondance des documents n'est toutefois pas aussi simple qu'on pourrait l'imaginer. Sur Internet, un même article peut être proposé sur de multiples pages web. Mais parfois, le titre ou le contenu peuvent être légèrement modifiés. La question est donc de savoir selon quel(s) critère(s) la similitude est telle que le recodage du document ne se justifie pas.

La question est assez essentielle. Selon la méthodologie établie par l'agence, EthicalQuote doit mesurer le « bruit éthique » sur Internet. Selon la définition de ce concept par les associés, le bruit est constitué par l'ensemble des avis publiés sans autres critères de sélection. Selon la justification théorique qui sous-tend le système, la réalité d'un comportement n'est rien d'autre que la somme de tous les points de vue sur ce comportement. Il ne faut donc

exclure aucun point de vue ni donner plus de poids à l'un ou à l'autre. Ce principe d'inclusion implique nécessairement la redondance d'informations contenues dans différents points de vue. Le codage multiple d'un article reproduit à différentes adresses sur Internet revient-il à donner trop de poids à une même information ou à donner un poids correspondant à l'impact de cette information sur plusieurs points de vue ?

Les membres de l'agence ont conclu qu'il fallait exclure du codage les versions absolument identiques d'un même article déjà codé. En revanche, une même information présentée différemment, même très légèrement, doit être codée.

II.4.3.3.4. Les informations génératrices de variables

D'autres informations demandées par le formulaire sont constitutives de variables utilisables ultérieurement lors de la réalisation de graphiques et de tableaux. Il s'agit de la source web (ou plus précisément du type de source), de la ou des entreprise(s) citée(s), du secteur d'activité, de l'espace géographique concerné, de la date ainsi que des critères sélectionnés. Le choix de l'information à donner pour chacune de ces catégories n'influence pas le score mais seulement sa répartition en fonction de ses variables.

La source web doit être identifiée par le stagiaire en allant sur la page d'accueil du site qui héberge le document. Le nom du site y figure généralement. Si le nom n'apparaît pas dans un menu déroulant au moment où il est inscrit par le stagiaire, cela signifie qu'elle n'est pas connue du système. Le stagiaire doit alors déterminer le type de sources dont il s'agit (médias indépendants, mass médias, ONG, Universités,...), en consultant différentes pages du site internet en question (« page d'accueil », « Qui sommes-nous ? », « contacts »...) et enregistrer la nouvelle source sous cette catégorie.

La ou les entreprise(s) citée(s) sont celles dont le nom apparaît dans le texte. Il arrive parfois qu'aucune entreprise ne soit citée. C'est alors le secteur d'activité qui est indiqué et par

conséquent le score de toutes les entreprises classées dans ce secteur est affecté de la même manière.

Les entreprises sont réparties en 9 secteurs selon les catégories du Swiss Performance Index (oil & gas ; chemicals ; food & beverage ; automobiles ; mining & metals ; pharmaceuticals & biotechnology ; technology, hardware and equipment ; retailers). La répartition en secteurs est assez courante pour la notation financière et extrafinancière. L'intérêt attribué à cette classification est de permettre la prise en compte des conditions particulières de chaque domaine d'activité. David m'a donné un exemple à ce sujet : les entreprises pétrolifères ne peuvent être jugées sur les mêmes critères que des entreprises dont l'activité est inévitablement moins polluante. Le principe n'est donc pas de demander à ces entreprises de ne pas polluer, ce qui reviendrait à leur demander de ne pas exister, mais par exemple d'investir dans la recherche sur les énergies renouvelables pour, à terme, changer d'activité. Ce principe est connu sous le nom d'« analyse sectorielle ».

L'espace géographique concerné peut être un pays, une région, ou le monde. C'est l'analyse du contenu qui doit déterminer l'échelle et le ou les item(s) pertinents. Il se peut très bien qu'un même document cite plusieurs pays ou régions, ils sont alors tous indiqués. La catégorie monde est réservée à des documents qui tiennent des propos généraux sans précision de lieu.

La date est aussi une variable importante du système. Les documents ne signalent pas toujours la date de leur mise en ligne. Elle est alors attribuée de manière aléatoire par l'ordinateur. Le score ne peut être analysé, selon ces concepteurs, sans prendre le temps en considération. Pour Antoine, c'est le concept de « développement durable » qui est ici pertinent. Dans ce concept la notion de temps intervient dans les deux termes qui le composent. L'idée de durabilité s'inscrit dans une mémoire du passé et dans l'idée de responsabilité. Dans EthicalQuote, cette « responsabilité historique » ou « poids historique » est matérialisé par la sauvegarde

définitive de toutes les données, toujours selon Antoine. L'idée de développement fait référence à une évolution sur un temps linéaire. L'analyse de la pente est une indication sur le sens et la valeur de cette évolution.

L'analyse de la pente est un point essentiel de l'approche des membres de Covalence. Elle s'oppose à l'analyse d'un point du graphique, c'est-à-dire de la valeur ponctuelle. L'analyse de la pente correspond à s'intéresser à l'évolution, progression ou régression, d'une entreprise plutôt qu'à la valeur de cette dernière à un moment donné. Ce principe est repris dans les différentes présentations des résultats du système de cotation. Que ce soit dans les newsletter, les annual report, ou les rapports, l'accent est toujours mis sur l'analyse des évolutions au détriment des valeurs à un moment donné. C'est aussi pour cette raison que le terme « cotation » est préféré à celui de « notation ».

Les critères sélectionnés, en plus de participer à l'attribution du score, sont utilisés comme variables. Ces variables sont assez importantes dans la réalisation des rapports dont il sera question plus loin. La liste des 45 critères est établie sur la base de six différents traités et déclarations internationales¹⁹. Les critères sont classés en quatre catégories : « Working conditions » ; « Impact of production » ; « Impact of product » ; « Institutional impact ». Pour chaque critère, les articles des textes internationaux qui s'y rapportent sont indiqués. Cet ensemble de critères est considéré comme incluant toutes les dimensions que la notion d'éthique peut revêtir dans le contexte du comportement des multinationales. Antoine ne semble pas totalement convaincu par l'exhaustivité des critères. Il considère avec d'autres associés qu'ils sont dirigés vers les droits de l'homme et les pays en voie de développement, ce qui correspond d'ailleurs aux thématiques qui préoccupaient les membres du groupe de

¹⁹ La Déclaration universelle des droits de l'homme des Nations Unies de 1948 ; Les Principes directeurs pour les entreprises multinationales de l'OCDE de 1976 ; La Déclaration de principes tripartites sur les entreprises multinationales et la politique sociale de l'OIT de 1977 ; La déclaration de Rio sur l'environnement et le développement du Programme de Nations Unies pour l'environnement de 1992 ; Les accords de Copenhague sur le développement social des Nations Unies de 1995 ; Le Pacte mondial des Nations Unies de 2001.

discussion et de l'association qui ont précédé la création de l'agence. Les questions environnementales par exemple sont peu détaillées et les questions d'interdits religieux totalement absentes.

II.4.4. L'usage d'EthicalQuote pour la vente de produits

Une fois ce codage accompli, l'information est définitivement incluse dans une banque de données qui est la base de travail de toutes les procédures qui suivent. Ces dernières, impliquant un autre logiciel, ne font qu'utiliser cette banque de données sans la modifier. Le logiciel en question permet d'utiliser la banque de données en sélectionnant des variables pour les présenter ensuite sous forme graphique.

Le programme informatique qui permet de sortir des graphiques et des tableaux peut utiliser toutes les variables enregistrées au codage. Le nombre possible de croisements entre variables est donc très grand²⁰.

Les produits actuellement proposés par Covalence sont classés en trois types. Il est important de noter que tous sont considérés par les membres de l'agence comme des productions temporaires permettant de survivre, c'est-à-dire de gagner un minimum d'argent, pour diminuer l'ampleur des sacrifices de chacun et également pour encourager des investisseurs potentiels. A terme, ces produits seraient remplacés par la forme aboutie du système de cotation. Les associés considèrent l'outil comme encore en cours de développement. Les diverses possibilités qu'ils explorent seront abordées plus loin.

L'un des types de produits se distingue assez clairement des autres. Il s'agit d'un travail de démarchage de sponsors pour le compte d'associations ou d'organisations qui souhaitent, selon Antoine, s'assurer des partenaires éthiquement corrects et déléguer à Covalence un travail pénible. L'agence propose d'accompagner aussi les représentants lors des premiers

²⁰ Tous les croisements sont possibles entre les différentes variables listées dans les pages 55 à 58.

contacts avec le sponsor potentiel. Le revenu ainsi dégagé correspond à un pourcentage sur les sommes obtenues.

Les deux autres types de produits sont deux variantes de rapports. L'une est dite « standard » et l'autre « customisée ». Il s'agit d'une présentation assez courte des résultats obtenus par une entreprise dans le système de cotation. Les « rapports customisés » sont eux adaptés aux besoins du client. C'est lors d'entretiens avec des membres de l'organisme demandeur d'un rapport, que la forme du rapport est élaborée. Je n'ai pas assistés à de tels entretiens, mais la lecture de rapports m'a déjà permis d'étudier le produit ainsi élaboré une fois terminé.

II.4.4.1 Les rapports « customisés »

J'ai pu notamment consulter un rapport pour la DDC (Direction du Développement et de la Coopération), l'organe du gouvernement Suisse pour l'aide au développement. Dans ce cas, six thèmes ont été définis avec le client. Chacun de ces thèmes est composé par une sélection de critères parmi les quarante-cinq à disposition. Un tableau de correspondances est donc proposé pour chaque thématique indiquant les critères utilisés²¹.

Ces différentes thématiques sont ensuite traitées par chapitre. La structure d'un chapitre respecte des variables elles-mêmes sélectionnées avec le client. Les variables sont : les compagnies, les secteurs, les critères, le temps, les pays et les régions. Un dernier sous-chapitre permet d'accéder aux principaux documents favorables (offres) pour les compagnies suisses.

Un chapitre de synthèse présente à peu près de la même manière les résultats réunis sur les compagnies suisses exclusivement. Un tableau basé sur la variable « source »²² est le principal

²¹ A l'annexe XX, j'ai reproduit la liste des thématiques et des critères sélectionnés. Les tableaux sont tirés du rapport. En revanche, c'est moi qui ai ajouté les titres avant chaque tableau. La présentation du rapport était différente.

²² La variable « source » désigne le type d'institution qui a publié l'information sur Internet.

ajout par rapport aux autres chapitres. Le dernier chapitre réunissait quelques suggestions à l'intention du client en réponse à leur question initiale formulée ainsi en introduction :

« SDC/GISD module 2 of its 2005 program of action relates to: “Influence on Swiss negotiation positions at WTO: work with several Swiss institutional stakeholders”. In this context, SDC/GISD has planned to approach business actors in Switzerland which are known for their commitment towards sustainable development.

[...]

Covalence has been mandated to help SDC/GISD identifying companies that demonstrate sustainable practices in certain countries regarding 6 given themes: ... »

Ces recommandations formulées à l'intention du client proposaient deux stratégies à mener conjointement. La première consistait à sélectionner les entreprises avec les meilleurs résultats pour des partenariats dont les objectifs sont à court terme. La deuxième, dans le cas d'objectifs à long terme, consistait à sélectionner les entreprises avec les moins bons résultats et à les encourager à améliorer leurs pratiques pour obtenir le contrat.

II.4.4.2 L'éthique opérationnelle

N'ayant pas assisté à l'élaboration conjointe des thématiques, des variables et des critères utilisés dans ce rapport par les associés et les représentants de la DDC, je n'ai pas d'information sur la manière dont ce travail est opéré. Mais le rapport fini révèle néanmoins certaines particularités de l'approche, notamment de la notion d'éthique.

Cette dernière est totalement absente du rapport. A aucun moment il est fait explicitement référence à l'éthique. Aucune analyse ne relève un résultat ou une donnée de manière à formuler un jugement qualitatif. La totalité des propos est formulée de manière factuelle, neutre. La seule référence à une classification se fait par l'intermédiaire de la présentation des résultats concernant les scores, qui sont eux porteurs d'une certaine forme de jugement. La classification dont ils sont porteurs est donc écartée du rapport proprement dit. De cette utilisation ressort donc l'objectivation opérée par EthicalQuote. D'une information subjective,

porteuse d'un jugement est élaboré une valeur objective, la « réputation éthique » exprimée en terme numérique, le « score éthique ».

De plus, la cotation n'est pas utilisée, comme on pourrait l'imaginer, pour sélectionner uniquement les meilleurs résultats. La double stratégie proposée en conclusion est elle-même très nuancée et n'exclut aucune entreprise d'un éventuel partenariat. Elle s'intègre par ailleurs à une stratégie globale élaborée par les associés. Ces derniers considèrent que l'un des rôles qu'ils peuvent jouer est d'encourager les entreprises à améliorer leurs comportements. Pénaliser les entreprises obtenant les moins bons scores ne fait pas partie de leur conception du rôle qu'ils se sont fixé.

Leur objectif sous-jacent est d'augmenter la prise en compte des questions éthiques de manière générale. Se focaliser sur les moins bons éléments se justifie pour eux, d'une part, parce que les meilleurs sont déjà engagés dans une telle démarche et n'ont donc pas besoin d'y être invités, et d'autre part, parce que les moins bons éléments ont un potentiel d'amélioration beaucoup plus grand, donc un impact plus grand sur la situation globale. Le projet de média spécialisé qui sera évoqué plus loin s'inscrit aussi dans cette stratégie. Il s'agit d'encourager la communication et l'action en faveur de comportements éthiques.

Lorsque j'ai demandé aux associés de me préciser ce qu'est l'éthique, leur première réponse était qu'ils n'entendent pas donner leur définition de l'éthique. Parfois, ils m'ont même laissé entendre qu'ils en seraient incapables, manquant de convictions et de certitudes sur le monde dont ils sont les observateurs. Antoine insiste sur la complexité et l'indétermination du monde qu'il considère comme limitant la possibilité de formuler une éthique. Selon lui, il faut avoir des certitudes qu'il n'a pas pour énoncer une éthique.

Par ailleurs, ils considèrent que l'éthique est partout et qu'elle est polymorphe. C'est-à-dire que l'économiste ou l'entrepreneur ont une éthique au même titre que le religieux. Leur

position est de permettre à ces éthiques de s'exprimer sur le comportement des multinationales. Ils ne sont donc que des intermédiaires, des médiateurs.

Cette position me semble s'apparenter à l'approche de John Rawls par cette volonté de respecter le pluralisme des éthiques. Ils se positionneraient donc ainsi à un niveau méta-éthique et s'inscriraient dans le courant de l'éthique économique et sociale contemporaine dont parlent Arnsperger et Van Parijs²³.

II.5. Le travail quotidien : qualification de l'offre et du marché

Cette dernière partie descriptive a pour objectif de faire émerger des interactions que j'ai pu observer les enjeux et les dynamiques qui étaient alors à l'œuvre lors de mon terrain. Elle est donc déjà porteuse d'une bonne part d'analyse dans la mesure où ces enjeux et dynamiques ne se voient pas spontanément. C'est aussi la partie qui traite de mes observations les plus directes du travail concret des associés.

II.5.1. La structure des « réunions du mardi »

Les réunions hebdomadaires, dites « réunions du mardi », ont été mises en place avant mon arrivée pour permettre de coordonner les démarches de chacun. Sauf exception, chaque mardi midi, les trois membres actifs ainsi que les quelques stagiaires plus impliqués se retrouvent autour de la table de réunion dans les locaux de DataDoxa. C'est généralement Antoine qui commence à parler en présentant le déroulement de la réunion. La structure de ces réunions semblait encore peu stabilisée. Antoine a en effet, au moins à deux reprises, interrogé les personnes présentes sur la pertinence de cette structure et sur l'éventuel intérêt à procéder autrement. Mais aucun changement n'a été décidé. Les diverses réunions auxquelles j'ai assisté se sont toutes déroulées de la même manière.

²³ Voir page 27.

Chaque personne présentait ce qu'elle avait fait durant la semaine, les réponses ou les résultats qu'elle avait obtenus, ce qu'elle estimait devoir faire pour la semaine à venir et elle proposait éventuellement un ou plusieurs sujets dont elle aurait souhaité discuter ultérieurement. Il n'était pas rare que l'évocation de ces sujets lance la discussion prématurément. Antoine ou Steeven intervenaient en rappelant que tout cela serait discuté plus tard.

Lorsque ce premier tour de table était terminé, les différents sujets proposés en début de réunion, ou lors d'une réunion précédente, étaient alors regroupés et abordés dans l'ordre qui semblait le plus pertinent. Cette mise en ordre était dirigée par Antoine et prenait en compte l'urgence de la question, les réponses qu'elle était susceptible d'apporter aux autres questions qui seraient alors de préférence traitées après. Certaines thématiques pouvaient nécessiter d'être préparées par une recherche d'informations. Les personnes chargées de ce travail étaient alors désignées et la discussion agendée, soit lors d'une « réunion du mardi » ultérieure, soit lors d'une réunion ponctuelle consacrée exclusivement à cette discussion jugée importante et longue à débattre. Ce fût par exemple le cas pour la discussion concernant l'éventualité de créer un indice.

II.5.2. Les contraintes financières

Les thématiques et questions proposées lors de mon terrain étaient toutes orientées en fonction de la question des revenus. La situation financière de l'agence était alors très délicate. Les contrats passés ne suffisaient pas à dégager les salaires prévus pour les associés et des investisseurs potentiels demandaient à voir les ventes augmenter et s'accélérer avant de prendre leur décision d'investissement. Initialement, c'est Steeven qui était chargé du démarchage de client. Vu l'urgence du problème, tous les membres de l'agence ainsi que Tierno, un ancien stagiaire payé à la commission, se sont presque exclusivement consacrés à cette tâche.

II.5.3. Le démarchage de clients

II.5.3.1. L'identification des clients potentiels

Les discussions du mardi portaient donc essentiellement sur quels clients potentiels démarcher et comment procéder. La première tâche était d'identifier un type de clients potentiels. Bien que certains moments aient pu être à l'occasion spécifiquement consacrés à cette tâche, un type de clients éventuels était souvent évoqué au moment même où l'associé y pensait au court d'une discussion quelconque. Manifestement, une ou plusieurs discussions avaient eu lieu avant mon arrivée, car les clients potentiels étaient généralement évoqués avec une allusion à une précédente discussion.

Il m'est difficile de décrire comment ces éventuels clients étaient sélectionnés dans la mesure où une bonne partie des réflexions se faisait donc individuellement et restait implicite. Des échanges avaient néanmoins pour objet cette recherche d'acteurs et j'ai questionné certains associés sur ce point. Les critères de sélection qui m'ont été signalés étaient liés à l'activité et à la position des clients potentiels. Les activités liées non seulement à l'économie ou à la finance, mais aussi à l'information, à l'analyse, à la régulation, à l'entrepreneuriat ainsi que l'intérêt manifesté pour des questions environnementales, pour les droits de l'homme et pour l'éthique constituent autant d'indicateurs grossiers.

Mais la sélection d'un type de clients potentiels ne se faisait pas uniquement en fonction de ces indicateurs. Une proposition d'un type d'acteurs était en effet toujours accompagnée d'une précision de l'éventuel intérêt que ces derniers pourraient témoigner à l'égard de certains produits de l'agence. L'élaboration d'une offre particulière se faisait donc en parallèle.

II.5.3.2. L'élaboration de l'offre

Cette deuxième tâche consistait donc à préciser ou affiner parallèlement la demande et l'offre et ainsi élaborer une offre adaptée. Les membres de l'agence faisaient donc une sorte de

brainstorming consistant à se mettre à la place du client potentiel pour préciser sa demande hypothétique et imaginer le produit correspondant. Il n'était pas rare qu'une offre soit évoquée et l'intérêt éventuel du client précisé ensuite seulement. Il semble donc que le raisonnement pouvait aller dans les deux sens. L'élaboration de l'offre passe autant par une réflexion sur les produits réalisables avec EthicalQuote que sur les intérêts des autres acteurs.

L'ajustement de l'offre se faisait généralement en définissant la forme du rapport que l'agence devait proposer. C'est donc le choix des variables importantes et la manière de les présenter dont il était question²⁴.

Pour bien saisir l'ampleur de ce travail de qualification, il faut avoir en tête que les types d'acteurs et par conséquent les types de demandes sont assez nombreux. Pêle-mêle, je peux citer les potentiels clients qui ont été évoqués lors de mon terrain : institutions gouvernementales, notamment celles chargées de l'aide au développement ; fédérations de branches ; consultants en entreprise ; autres organismes d'analyse extrafinancière ; multinationales incluses ou non dans l'univers d'analyse ; consultants auprès de la Banque Mondiale et autres organisations internationales ; investisseurs institutionnels ou privés ; gestionnaires de fonds ; indices boursiers ; médias ; etc. Pour chacun de ces acteurs, les membres de l'agence doivent cerner les variables ainsi que l'orientation de l'analyse qui pourraient les intéresser.

Parallèlement, il s'agissait aussi de préciser la manière de démarcher, c'est-à-dire le ou les outils de communication à utiliser (e-mail, téléphone, courrier, contact par un intermédiaire, etc.), le contenu du premier et de l'éventuel deuxième contact ainsi que le temps à respecter entre deux prises de contact. Ces détails de communication étaient souvent évoqués par les associés qui y attachaient une grande importance. L'enjeu était la présentation d'une bonne image de l'agence. Ils estimaient notamment ne pas devoir paraître trop insistants par l'envoi

²⁴ Voir à ce sujet le chapitre sur la construction des rapports p.60.

de courriers trop rapprochés. Ils étaient également attentifs à paraître « sérieux » et non comme des « baba cool altermondialistes ».

II.5.3.3. L'analyse des réponses négatives et des non-réponses

Dans ce travail d'ajustement de l'offre à une demande virtuelle, l'analyse des clients potentiels démarchés ayant répondu négativement ou n'ayant pas répondu, prenait une grande place.

L'un des exemples dont je dispose est celui des fédérations européennes ou mondiales réunissant les entreprises d'une branche ou d'une industrie. L'intérêt de démarcher ces fédérations a été évoqué lors d'une réunion du mardi. L'argument avancé était qu'étant au cœur des normalisations et des contrôles, elles seraient certainement intéressées par des rapports comparant les résultats entre les entreprises membres de la fédération. Par ailleurs, les associés voyaient d'un bon œil l'opportunité de toucher un grand nombre d'entreprises à travers ces organismes faïtières.

La décision fut prise de contacter le responsable du secteur « développement durable » ou « réputation » des fédérations qui est souvent le directeur de la fédération. La démarche adoptée était de contacter par téléphone ou par mail, selon les coordonnées à disposition, le responsable et de lui présenter l'agence et le type de produit. Au vu des réactions lors de ce premier contact, l'intérêt de faire une proposition de produits plus détaillée serait évalué.

Lors de la réunion du mardi suivant, les résultats obtenus, tous négatifs, ont été analysés par les personnes présentes. Selon les rares réponses obtenues, les membres de Covalence ont conclu que, contrairement à ce qu'ils pensaient, les fédérations n'étaient pas du tout intéressées par des informations qui tendaient à comparer et mettre en concurrence les diverses entreprises membres. Ils avaient omis la position de neutralité que doivent respecter ces fédérations. Il fut donc décidé d'adapter l'offre en soulignant plutôt l'intérêt pour les entreprises membres de disposer d'informations concernant leur réputation et celles des autres

entreprises membres. L'aspect concurrentiel du comparatif devait être gommé au profit de son aspect informatif, plus neutre. Les nouveaux démarchages de fédérations devaient alors respecter cette nouvelle directive.

II.5.4. L'état général de la demande

Ces questions d'adaptation de l'offre à une demande imaginée débouchaient sur des problématiques plus générales. Notamment concernant l'état général de la demande : Y a-t-il demande ? Quelle est l'ampleur de la demande ? Quel(s) type(s) de demande est(sont)-il(s) le plus développé(s) ? La nature de l'agence, et en particulier de son outil EthicalQuote, était directement impliquée dans les réflexions tentant de donner des éléments de réponse.

Par exemple, lorsque l'ampleur de la demande était évoquée, la capacité d'EthicalQuote à répondre à cette demande l'était inévitablement aussi. La question était de savoir si l'absence de ventes était dû à l'absence de demandes ou à l'inadéquation de l'offre. Si cette question peut paraître évidente, y répondre l'était beaucoup moins.

Par ailleurs, cette question était aussi mise en relation avec la quantité de documents disponibles sur Internet. Là aussi deux explications alternatives étaient formulées. Soit la faible quantité de documents devait être considérée comme un indicateur de la faiblesse de l'intérêt pour ces questions et donc de la publication sur ces questions, soit elle devait être considérée comme un indicateur de l'inefficacité des outils de collecte.

Cette question de l'état de la demande était omniprésente. Antoine et Steeven estimaient qu'il y aurait certainement une augmentation de la production d'informations dans les années à venir. A ce titre, ils se considéraient comme peut-être trop en avance avec leur outil d'analyse statistique. Steeven a souligné cet état en parlant d'eux comme des « pionniers » un peu « fous » voir carrément « malades ». Leur attitude à l'égard de cette question oscillait entre deux extrêmes, l'une pessimiste et l'autre optimiste. A court terme, les soucis et les contraintes auxquels sont soumis les associés sont tels que l'avenir est plutôt sombre. En

revanche, à plus long terme, ces incertitudes se muent en une formidable potentialité productive.

II.5.5. L'attractivité de l'offre

La faiblesse de la demande effective, c'est-à-dire du nombre de clients de l'agence, impliquait donc une réflexion sur l'« attractivité » de l'offre. Différentes pistes pour augmenter cette dernière étaient envisagées ou simplement évoquées. Elles débouchaient elles-mêmes sur les possibles développements futurs de l'agence et le sens à leur donner.

Le développement technique était omniprésent. L'enjeu était de développer les outils informatiques permettant d'automatiser la collecte et le codage des données ainsi que l'« interface utilisateur ». Le coût pour développer de tels outils informatiques serait considérable et sans garantie d'augmenter le nombre de documents codés, puisqu'il n'est pas certain qu'une partie des informations échappe au système de codage actuel. Il y aurait toutefois un gain de temps et cela éviterait de mobiliser des stagiaires pour un travail jugé par tous très rébarbatif et ingrat. Mais ce type d'automatisation nécessite des programmes informatiques connus sous le nom de « systèmes experts » qui sont à la pointe de la recherche dans le domaine de l'intelligence artificielle. Il faudrait donc payer des développeurs très qualifiés, et par conséquent exigeants en terme de salaires, pour mener des recherches elles-mêmes coûteuses et pouvant prendre passablement de temps.

Ces questions techniques répondaient notamment à l'objectif des associés de disposer de suffisamment d'entrées pour pouvoir utiliser des outils d'analyse statistique qui auraient alors augmentés la « valeur ajoutée » des rapports. Par ailleurs, si le volume d'informations disponibles était alors tout juste suffisant pour mener certaines analyses, le flux de nouvelles informations était largement insuffisant pour renouveler rapidement l'intérêt à reconduire les mêmes analyses.

II.5.6. Les évolutions à moyen et long terme

Ces questions techniques n'étaient pas les seules à être évoquées pour augmenter l'attractivité. Des aspects plus symboliques intervenaient également. Le développement de l'agence était aussi une question d'identité et de signification à donner à l'outil à travers l'usage qui en serait fait.

L'une des possibilités pour augmenter cette attractivité est le soutien par une institution politique internationale. Cette opportunité était toujours évoquée de manière assez vague et plus comme un idéal inaccessible qu'une option véritablement envisageable. L'avantage d'un tel soutien est de bénéficier d'un pouvoir de contrainte. Il s'agirait pour les associés d'une reconnaissance suprême, de l'aboutissement de leurs efforts.

Plus concrètement, les discussions portaient sur les différentes possibilités de développement d'une « norme », notamment ISO, ou d'un « label ». Mais cette possibilité ne semblait pas très attirante pour les associés. L'idée de norme leur semble précisément trop normative. Ils souhaitent se positionner plus en retrait et se montrer moins directifs. Selon leurs propres paroles, la « norme, ils n'y croient pas ! ». Il leur semble impossible de traduire la diversité des approches et des éthiques par une « norme unique ». La coexistence de multiples normes leur paraît plus probable et souhaitable.

L'idée de développer un indice boursier semble leur plaire davantage. Ce serait une manière pour eux de renouer avec le projet initial d'un fond éthique. Lors de mon terrain, cette option a été discutée, notamment lors d'une réunion prévue à cet effet. C'est Amlan et Steeven qui ont prospecté. Le premier sur les aspects techniques de calcul de l'indice, le second sur les agences qui fournissent et assurent la mise à jour des indices. L'intérêt d'un indice est de disposer d'un attrait économique. Ce dernier est toutefois dépendant de la position de l'indice en question par rapport à la multitude des indices proposés sur les marchés financiers.

Une autre piste souvent évoquée était de réaliser un projet vraisemblablement soutenu par Antoine. Il consistait à compléter les services de Covalence par un éditorial, des articles, des reportages, des newsletters et d'autres formes d'informations pour faire de l'agence un « média spécialisé », ou une « plateforme d'informations ». L'objectif serait alors de réunir l'information concernant la réputation éthique des entreprises et ainsi de « provoquer la production d'informations ».

Dans ce projet, la banque de données serait directement utilisable par les clients abonnés. Autrement dit, le programme permettant de réaliser les graphiques serait manipulé par le client ayant accès à l'« interface utilisateur » sur Internet. Les membres de l'agence resteraient disponibles pour répondre à des questions, via une hotline, promulguer des conseils et même pour mener des recherches plus approfondies et plus poussées pour des clients ne disposant pas de leurs propres spécialistes.

Le fait qu'EthicalQuote se focalise sur les documents publiés sur Internet porteurs d'une opinion permettait d'envisager une analyse de type « réputationnelle ». Ce type d'analyse présente l'avantage d'être relié à l'idée de « risque ». Ce dernier est un concept qui était déjà bien connu de l'analyse financière classique. L'analyse du « risque réputationnel » ou « risque éthique » était déjà prise en compte par certains organismes d'analyse financière. C'était une piste d'évolution souvent évoquée et soutenue par plusieurs membres en raison de l'existence déjà confirmée d'un marché.

Une dernière possibilité est de vendre l'outil d'analyse pour d'autres organismes souhaitant l'utiliser pour étudier la réputation d'autres entités. Les membres de Covalence estiment en effet que les partis politiques, les syndicats, les personnalités publiques, les ONG ou encore les états pourraient très bien être l'objet d'une démarche similaire. Covalence vendrait alors les programmes et un service d'aide à la mise en route.

II.5.7. L'enchevêtrement des problématiques

La plupart des discussions auxquelles j'ai pu assister tournaient autour de ces questions d'ordres divers exposées dans les pages qui précèdent. Chacune de ces questions, qu'elles soient techniques, économiques ou autres étaient imbriquées dans les propos et les réponses de chacun. Le guide que j'ai suivi pour la narration qui précède est celui qui me semblait permettre d'agencer ces bouts de phrase en mettant en évidence les liens que les associés semblaient y voir. Mais le fil des discussions était beaucoup plus décousu. A un problème technique répondait un projet d'avenir, immédiatement suivi d'une réflexion sur l'état de la demande. Les coupures de sens n'étaient bien évidemment pas rares puisqu'il s'agissait toujours de discussions peu formalisées.

Le pessimisme d'un constat concernant la demande était tempéré par l'optimisme d'un possible développement futur. La très grande incertitude du présent créait un climat presque angoissant, mais les perspectives d'avenir écartaient les pressions financières du moment pour laisser place à un optimisme et un potentiel productif étonnant.

Le déroulement narratif du présent récit, presque linéaire, n'existait pas. Les discussions faisaient preuve d'une imbrication beaucoup plus serrée des différents aspects ici séparés. C'est certainement le désenchevêtrement de ces propos qui m'a pris le plus de temps lors de l'analyse. C'est certainement aussi cet enchevêtrement discursif qui est le plus caractéristique des activités que j'ai observées. La fragmentation de ces propos me semble révélatrice des incertitudes, des hésitations et des craintes des associés autant que de la complexité de la ou des réalité(s) à prendre en compte.

III. Synthèse

L'objectif de ce mémoire était de décrire Covalence et, plus spécifiquement, son outil de travail EthicalQuote. Cet objectif c'est ouvert sur un questionnement en partie réflexif sur les opérations de qualifications nécessaires à toute description. L'indétermination de l'objet d'étude a permis de mettre en évidence certaines difficultés à décrire un objet en construction dont la forme finale n'est ni connue ni garantie de voir le jour. Les enjeux autour de cette qualification n'ont que très peu été abordés. Il aurait fallu pour cela élargir le cadre de cette étude et s'intéresser aux relations de pouvoir entre acteurs autour du choix de la terminologie et de la définition à donner pour ces nouveaux acteurs. La notion de pouvoir est totalement absente du cadre théorique des économies de la grandeur. Cette absence est l'une des critiques adressées aux auteurs par Lepetit (LEPETIT, 1995). Un autre apport théorique serait donc nécessaire.

L'objectif de cette conclusion n'est pas de statuer sur le choix d'une terminologie et partant d'une qualification particulière. Ce que je souhaiterais faire maintenant, c'est reprendre certains apports théoriques pour tenter de tracer une voie pour l'approche ethnologique de tels objets. Le travail de description ethnographique ne peut consister à prédire l'avenir, ni à tenter d'imposer sa propre qualification. Je n'entends pas critiquer les positions plus impliquées et proactives absolument nécessaires pour construire le monde social qui nous entoure et nous permet d'agir ensemble. Mais l'objectif de description et de compréhension de l'anthropologie ne peut se contenter de devoir prendre parti, c'est-à-dire réduire la complexité de l'objet observé, à défaut de trouver les mots juste pour décrire cette complexité de l'incertitude.

Je commencerai par reprendre la notion de « marché » telle que Callon la conçoit. Je montrerai comment et pourquoi elle me semble insatisfaisante. Je m'interrogerai aussi sur les notions d'épreuve et de cité de Boltanski et Thévenot et sur les limites de son apport

heuristique. De cette dissertation théorique ressortira j'espère, en négatif, les voies à suivre pour décrire un tel objet.

III.1. La notion de marché

L'un des problèmes soulevé concernant la notion de marché est qu'elle suppose l'idée de concurrence, où les offres sont donc nécessairement multiples. Nous avons vu que dans le cas de Covalence la présence d'autres offres est problématique et la concurrence directe difficilement identifiable. Mais ce problème est relativement facile à résoudre. Parler de monopole ne convient certainement pas. En revanche, la notion de « niche économique²⁵ » peut convenir pour décrire la position novatrice de Covalence.

Pour s'en tenir au cadre théorique de Callon, les approches de Walras et Chamberlain qu'il cite permettent aussi de régler la question. Ces derniers considèrent que le monde peut être décrit comme un grand marché global constitué de multiples sous-marchés spécifiques, sous-marchés dont on peut considérer qu'il en existe un pour chaque acteur. Ainsi chaque organisme d'analyse sociétale aurait son propre marché dont l'agrégation constituerait le « *marché de la notation et de l'évaluation des entreprises* » dont parle le Guide des organismes d'analyse sociétale (ORSE, EPE et ADEME, 2001, p.5).

Une telle définition du marché écarte néanmoins la notion de concurrence à laquelle elle est initialement inévitablement liée en économie. Elle nécessite par ailleurs de trouver de nouveaux concepts pour décrire comment s'agrègent ces marchés à acteur unique pour composer des marchés plus larges, jusqu'au marché global. C'est une piste théorique qui me semble intéressante, mais que je ne développerai pas plus ici n'ayant pas de matière pour soutenir la réflexion.

²⁵ Je ne m'appuie pas sur un cadre théorique pour cette notion mais sur son sens courant. Il faudrait bien entendu s'intéresser à ses usages notamment en économie pour véritablement mesurer son intérêt.

Un autre problème concernant la notion de marché est qu'elle fait référence à une interaction donc le prix est l'issue finale la plus aboutie. Guesnerie cité par Callon place le prix et le calcul au centre de la notion de marché : « *Consequently, to use Gesnerie's words, "a market opposes buyers and sellers, and the prices which resolve this conflict are the input but also, in a sense, the outcome of the agent"* economic calculation. » (CALLON, 1998, p.3)

Dans le cas décrit ici, la question du prix n'est de loin pas prépondérante. Ce que j'ai identifié comme un travail de qualification de l'offre et de la demande concerne le contenu de ces deux entités et non le juste prix. Il conviendrait donc de définir comment cette qualification participe d'un marché. Je serais enclin à penser que c'est la nature très incertaine et peu qualifiée de l'offre et de la demande qui entraîne un déplacement de l'enjeu du prix vers le contenu. Dans l'idée qu'un marché se construit par un processus de qualification, on pourrait considérer ce marché comme très jeune et comme amené à éventuellement donner naissance à un marché plus standardisé où la question du prix deviendrait prépondérante.

On trouverait peut-être intérêt à parler de « pré- » ou « proto-marché » pour souligner l'immaturation d'interactions qui ne rentrerait pas encore dans le cadre de la notion de marché. Peut-être pourrions-nous mettre en évidence une qualification d'une situation au sens de Boltanski et Thévenot qui précéderait l'émergence d'un marché proprement dit, c'est-à-dire d'une qualification caractéristique de la cité marchande. Il y aurait alors à discuter la notion de marché lorsqu'elle est très éloignée de la définition qui en est donnée en économie. Le cas de Covalence et des organismes d'analyse sociétale serait un exemple à étudier.

Une autre hypothèse serait que la nature des produits dont il est question ne permet pas une standardisation aussi grande qu'observable ailleurs. Dans ce cas, ce type de produits, par l'impossibilité de les standardiser donnerait naissance à des marchés incapables d'aboutir à une forme purement économique. Mais il n'est pas garanti qu'aucune standardisation ne verra le jour. Je laisse là ces réflexions éparses et non abouties pour revenir sur les notions

d'épreuve et de cité qui pourrait nous permettre d'éclairer la nature actuelle de ce *pseudo* marché.

III.2. Les concepts d'épreuve et de cité

La notion d'épreuve est certainement très pertinente pour décrire EthicalQuote, mais non sans poser quelques soucis théoriques. En revanche, les six cités s'avèrent difficile d'usage lorsqu'il s'agit de décrire dans le détail un agencement aussi complexe que celui soutenu par le dispositif d'objets que constitue EthicalQuote. C'est une difficulté qui n'est certainement pas étrangère à la critique de Lepetit selon laquelle, les six cités ne sont certainement pas les seuls êtres sur lesquels une justification peut s'appuyer (LEPETIT, 1995).

EthicalQuote peut effectivement être décrit comme un dispositif d'objets auxquels la confrontation des acteurs, en l'occurrence les multinationales, permet d'en établir la grandeur respective et relative. Ce qui est plus difficile à préciser, c'est de quelle grandeur il s'agit. Une tentative de description un peu fastidieuse s'impose. L'agencement doit être décrit sur la base des objets présents, qui comptent, ainsi que des justifications fournies par ses concepteurs.

La nature des quarante-cinq critères utilisés est essentielle. Bien que de nombreux compromis puissent être mis en évidence, sur lesquels je ne m'attarderai pas, la grandeur civique est suffisamment omniprésente pour que l'on puisse la considérer comme la grandeur dominante. C'est-à-dire que la grandeur mesurée est la grandeur civique. Les multinationales sont ainsi cotées en fonction de leur altruisme, de leur prise en compte des intérêts du plus grand nombre. Il s'agit bien entendu d'un civisme en lien avec la société mondialisée, puisque les échelles nationales ne peuvent servir de référence pour des entités dont le degré de généralité est plus grand. La situation générale est donc assez claire.

En revanche, le dispositif d'épreuve est moins pure et fait intervenir des êtres d'autres natures. Deux compromis permettent d'éclairer la nature hybride de cette épreuve. Le premier est un

compromis avec la cité industrielle. L'ensemble des procédures qui permettent d'établir la cote, c'est-à-dire l'issue de l'épreuve, sont de nature industrielle. Les outils informatiques, les graphiques, la fonction mathématique de calcul de la cote sont tous des êtres caractéristiques de la cité industrielle. Il en est de même de la forme donnée aux résultats si ce n'est qu'elle relève plutôt d'un compromis entre la cité industrielle et la cité marchande. Le résultat est en effet présenté de manière à ressembler aux cotations boursières.

Le deuxième compromis est celui de la cité civique vers la cité de l'opinion. Les objets utilisés par l'épreuve sont des documents donnant un avis sur un aspect ou un autre concernant le comportement d'une compagnie. Les membres de l'agence parlent d'analyse « réputationnelle ». La réputation est un être caractéristique de la cité de l'opinion. Il est pourtant ici utilisé comme intermédiaire pour mesurer la grandeur civique. Ce compromis découle d'une dénonciation des épreuves équivalentes mais de nature industrielle. C'est parce que ces dernières sont par les associés jugées incompetentes pour mesurer l'éthique, c'est-à-dire la grandeur civique, que ce compromis est établi.

Pour résumer l'agencement que je viens de décrire, nous devons considérer qu'EthicalQuote est un dispositif d'épreuve destiné à mesurer la grandeur civique des multinationales, par des procédures de nature industrielle permettant de mesurer la réputation, c'est-à-dire la grandeur d'opinion considéré comme indicateur voire équivalent de la grandeur civique et dont l'issue est présentée sous une forme caractéristique du monde marchand.

Mais la description n'est pas terminée. Si le monde marchand est présent en différents points, il n'en demeure pas moins que la grandeur marchande est totalement absente de l'épreuve. Autrement dit, les êtres marchands ne comptent pas. C'est un point important. L'état actuel de l'agence, en particulier de l'usage d'EthicalQuote, laisse planer une incertitude sur l'avenir de cette mise à l'écart. Si les membres de l'agence décident d'intégrer leur outil à une mesure du

« risque réputationnel », il sera ainsi au service du calcul de la valeur marchande dont il ne sera alors qu'une toute petite composante.

Si l'outil est utilisé pour établir un indice éthique, sa position sera différente. Soit le projet d'intégrer la cotation au calcul de la valeur aboutit et alors il participera d'un compromis de la cité marchande et de la cité civique absolument nouveau, soit la cotation est utilisée pour sélectionner les valeurs de l'indice et alors EthicalQuote deviendra un outil de politique financière ou de politique d'investissement parmi d'autres qui sont des compromis plus courants puisqu'ils n'interviennent pas dans le calcul de la valeur marchande.

Avant de clore ce travail, je souhaiterais revenir sur la notion de marché, mais cette fois telle qu'elle est utilisée par les associés. Lorsqu'ils parlent de « marché éthique », ce n'est pas à leurs interactions avec leurs clients dont ils parlent, mais à un marché plus global entre la société civile et ses institutions et les multinationales. L'usage de la notion de marché pour décrire cette interaction globale rejoint les considérations théoriques qui viennent d'être évoquées concernant le marché global composé de marchés spécifiques. Il est intéressant de noter que ce marché éthique est en fait de nature plus civique que marchande. Ce serait alors le marché de la notation et de l'analyse sociétale, qui a lui une dimension marchande effective, qui serait une manière d'organiser ce marché plus global qu'est celui de l'éthique des multinationales.

EthicalQuote participe certainement d'un compromis entre grandeur civique et grandeur marchande. Mais le manque de maturité du projet et l'absence d'analyse des relations de pouvoir ne permet pas de saisir la nature de ce compromis. On peut s'interroger sur les effets de telles relations de pouvoir sur ce processus de construction d'un compromis, ou d'un marché. La question est alors, de l'offre et de la demande qui a le pouvoir d'imposer sa qualification du marché ? Ou autrement dit, de l'offre et de la demande qui a le pouvoir d'imposer son agencement du compromis ? L'organisation d'un marché non-marchand, c'est-

à-dire d'une revendication civique, par au moins un, voir plusieurs marchés spécifiques marchands, laisse penser que la cité marchande domine les qualifications des situations dans ce domaine. Si l'on souhaite éclairer à l'aide de cette étude de cas la nature des interactions entre politique et économie, c'est-à-dire le troisième terme entre le marché et l'état évoqué en introduction, une prise en compte des relations de pouvoir est tout à fait essentielle. Par ailleurs, Callon incite à ne pas considérer l'Etat comme distinct du marché (CALLON, 1998, p.40). Ces considérations peuvent nous inciter à continuer d'étudier Covalence et d'autres organismes d'analyse sociétale dont la nature à la fois politique et économique n'est pas encore clairement décrite. L'étude d'autres institutions partageant cette même particularité pourrait permettre des comparaisons intéressantes.

BIBLIOGRAPHIE

ARNSPERGER Christian et VAN PARIJS Philippe

2003. *Ethique économique et sociale*. Nouv. éd. Paris: Ed. La Découverte. 122 p. (Repères 300)

BOLTANSKI Luc

1990. *L'amour et la justice comme compétences : trois essais de sociologie de l'action*. Paris: Ed. Métailié. 381 p. ; 22 cm p. (Leçons de choses)

BOLTANSKI Luc et THEVENOT Laurent

1991. *De la justification : les économies de la grandeur*. Paris: Gallimard. 485 p. ; 23 cm p. (NRF essais)

BOURDIEU Pierre (ed.)

1996. *Raisons pratiques: Sur la théorie de l'action*. Paris: Seuil. 247 p. (Points)

CALLON Michel

1998. *The laws of the markets*. Oxford/Malden: Blackwell/The Sociological Review. 278 p. (Sociological review monograph)

CANTO-SPERBER Monique

2001. *L'inquiétude morale et la vie humaine*. Paris: Presses universitaires de France. 293 p.

CHEVALIER Jean-Marie

2002. "Enron: l'épopée et la faillite". *Futuribles* (Paris) 276, pp.55-60.

CHRISTENSEN Matt et CLAWSON Sarah (eds.)

2006. *European SRI Study 2006*. Paris: Eurosif. 40 p.

COACHEME Bernard

2002. "Enron, les retraites et la gestion du risque financier". *Futuribles* (Paris) 277, pp.65-69.

DUBOIS Jean

1987. *Dictionnaire de la langue française*. Paris: Larousse. 2109 p.

FATOUX François et TIBERGHIEU Frédéric

2004. "L'évaluation extrafinancière des entreprises". *Futuribles* (Paris) N°293 (janvier), pp.39-51.

GRIFFIN James

1996. "Méta-éthique: méta-éthique et éthique normative", in: Monique CANTO-SPERBER (ed.), *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale*, pp.960-965. Paris: Presses universitaires de France. 1719 p.

JOFFRE Patrick et AUREGAN Pascal

2002. "A propos d'Enron: quand la révolution fait perdre la tête". *Futuribles* (Paris) 276, pp.49-54.

LEPETIT Bernard

1995. "Histoire des pratiques, pratique de l'histoire", in: Bernard LEPETIT (ed.), *Les formes de l'expérience: Une autre histoire sociale*, pp.9-22. Paris: Albin Michel. 337 p. (L'évolution de l'humanité)

LOISELET Eric

2002. "Investissement socialement responsable et fonds éthiques: Des origines à nos jours". *Problèmes économiques: La nouvelle donne éthique* (Paris) 2'745 (janvier), pp.1-6.

MOULIER-BOUTANG Yann

2003. "Introduction: De l'économie solidaire à l'économie tout court". *Cosmopolitiques: Cahiers théoriques pour l'écologie politique: L'économie peut-elle être solidaire?* (Paris) 5, pp.7-10.

NOTAT Nicole

2003. "La responsabilité sociale des entreprises". *Futuribles* (Paris) n°288 (juillet-août), pp.11-28.

ORSE, EPE et ADEME

2001. *Guide des organismes d'analyse sociétale des entreprises*. Paris: ADEME Editions. 160 p.

[ORSE = Observatoire sur la Responsabilité Sociale des Entreprises. EPE = Association Française des Entreprises pour l'Environnement. ADEME = Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie.]

2003. *Evolutions récentes des organismes d'analyse sociétale et environnementale:*

Complément au Guide 2001 des organismes d'analyse sociétale. Paris: ADEME Editions. 64 p.

SAAB Assaad

2002. "Enron: quelques leçons de long terme d'une faillite". *Futuribles* (Paris) 276, pp.61-63.

SCHNEEWIND Jérôme B.

1996. "Histoire de la philosophie morale: Conceptions philosophiques de l'histoire de la philosophie morale", in: Monique CANTO-SPERBER (ed.), *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale*, pp.651-657. Paris: Presses universitaires de France. 1719 p.

THEVENOT Laurent

1996. "Justification: justification et compromis", in: Monique CANTO-SPERBER (ed.), *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale*, pp.789-794. Paris: Presses universitaires de France. 1719 p.

2006. *L'action au pluriel : sociologie des régimes d'engagement*. Paris: La découverte. 310 p.
(Textes à l'appui. Politique et société)

VAN PARIJS Philippe

1996. "Economie", in: Monique CANTO-SPERBER (ed.), *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale*, pp.459-465. Paris: Presses universitaires de France. 1719 p.

Annexe I

eQuote - Data Entry - [Entry Form]

File Edit Insert Records Window Help

Type a question for help

Id: 1 CAD **Document Information** Antoine Mach

Demand: OK Correction 27.03.2002 21:38:15

Title: **Amnesty International Human Rights guidelines for multinationals**

Description: Personnel policies and practices
Standards relating to these issues have been established by a variety of international organisations. In general, the following rights need to be respected as part of corporate personnel policies and practices: health and safety; freedom of association and right to collective bargaining; non-discrimination; disciplinary practices; avoidance of child labour; Personnel policies and practices. Standards relating to these issues have been established by a variety of international organisations. In general, the following rights need to be respected as part of corporate personnel policies and practices : health

Web Address (url): <http://www.amnesty.org.uk/business/pubs/hr/gc.shtml>

Contact: Amnesty International

Source: Amnesty International

Author: Date: 31.03.2001 All enterprises / All sectors

Enterprise(s)	Criteria(s)	Sector(s)	Country(s)
	Labour standards External working conditio		Belgium

Navigation: [Home] [Previous] [Next] [End] [Refresh] [Print] [Help]

Only mine All documents

Records: 14 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 | 51 | 52 | 53 | 54 | 55 | 56 | 57 | 58 | 59 | 60 | 61 | 62 | 63 | 64 | 65 | 66 | 67 | 68 | 69 | 70 | 71 | 72 | 73 | 74 | 75 | 76 | 77 | 78 | 79 | 80 | 81 | 82 | 83 | 84 | 85 | 86 | 87 | 88 | 89 | 90 | 91 | 92 | 93 | 94 | 95 | 96 | 97 | 98 | 99 | 100 | 101 | 102 | 103 | 104 | 105 | 106 | 107 | 108 | 109 | 110 | 111 | 112 | 113 | 114 | 115 | 116 | 117 | 118 | 119 | 120 | 121 | 122 | 123 | 124 | 125 | 126 | 127 | 128 | 129 | 130 | 131 | 132 | 133 | 134 | 135 | 136 | 137 | 138 | 139 | 140 | 141 | 142 | 143 | 144 | 145 | 146 | 147 | 148 | 149 | 150 | 151 | 152 | 153 | 154 | 155 | 156 | 157 | 158 | 159 | 160 | 161 | 162 | 163 | 164 | 165 | 166 | 167 | 168 | 169 | 170 | 171 | 172 | 173 | 174 | 175 | 176 | 177 | 178 | 179 | 180 | 181 | 182 | 183 | 184 | 185 | 186 | 187 | 188 | 189 | 190 | 191 | 192 | 193 | 194 | 195 | 196 | 197 | 198 | 199 | 200 | 201 | 202 | 203 | 204 | 205 | 206 | 207 | 208 | 209 | 210 | 211 | 212 | 213 | 214 | 215 | 216 | 217 | 218 | 219 | 220 | 221 | 222 | 223 | 224 | 225 | 226 | 227 | 228 | 229 | 230 | 231 | 232 | 233 | 234 | 235 | 236 | 237 | 238 | 239 | 240 | 241 | 242 | 243 | 244 | 245 | 246 | 247 | 248 | 249 | 250 | 251 | 252 | 253 | 254 | 255 | 256 | 257 | 258 | 259 | 260 | 261 | 262 | 263 | 264 | 265 | 266 | 267 | 268 | 269 | 270 | 271 | 272 | 273 | 274 | 275 | 276 | 277 | 278 | 279 | 280 | 281 | 282 | 283 | 284 | 285 | 286 | 287 | 288 | 289 | 290 | 291 | 292 | 293 | 294 | 295 | 296 | 297 | 298 | 299 | 300 | 301 | 302 | 303 | 304 | 305 | 306 | 307 | 308 | 309 | 310 | 311 | 312 | 313 | 314 | 315 | 316 | 317 | 318 | 319 | 320 | 321 | 322 | 323 | 324 | 325 | 326 | 327 | 328 | 329 | 330 | 331 | 332 | 333 | 334 | 335 | 336 | 337 | 338 | 339 | 340 | 341 | 342 | 343 | 344 | 345 | 346 | 347 | 348 | 349 | 350 | 351 | 352 | 353 | 354 | 355 | 356 | 357 | 358 | 359 | 360 | 361 | 362 | 363 | 364 | 365 | 366 | 367 | 368 | 369 | 370 | 371 | 372 | 373 | 374 | 375 | 376 | 377 | 378 | 379 | 380 | 381 | 382 | 383 | 384 | 385 | 386 | 387 | 388 | 389 | 390 | 391 | 392 | 393 | 394 | 395 | 396 | 397 | 398 | 399 | 400 | 401 | 402 | 403 | 404 | 405 | 406 | 407 | 408 | 409 | 410 | 411 | 412 | 413 | 414 | 415 | 416 | 417 | 418 | 419 | 420 | 421 | 422 | 423 | 424 | 425 | 426 | 427 | 428 | 429 | 430 | 431 | 432 | 433 | 434 | 435 | 436 | 437 | 438 | 439 | 440 | 441 | 442 | 443 | 444 | 445 | 446 | 447 | 448 | 449 | 450 | 451 | 452 | 453 | 454 | 455 | 456 | 457 | 458 | 459 | 460 | 461 | 462 | 463 | 464 | 465 | 466 | 467 | 468 | 469 | 470 | 471 | 472 | 473 | 474 | 475 | 476 | 477 | 478 | 479 | 480 | 481 | 482 | 483 | 484 | 485 | 486 | 487 | 488 | 489 | 490 | 491 | 492 | 493 | 494 | 495 | 496 | 497 | 498 | 499 | 500 | 501 | 502 | 503 | 504 | 505 | 506 | 507 | 508 | 509 | 510 | 511 | 512 | 513 | 514 | 515 | 516 | 517 | 518 | 519 | 520 | 521 | 522 | 523 | 524 | 525 | 526 | 527 | 528 | 529 | 530 | 531 | 532 | 533 | 534 | 535 | 536 | 537 | 538 | 539 | 540 | 541 | 542 | 543 | 544 | 545 | 546 | 547 | 548 | 549 | 550 | 551 | 552 | 553 | 554 | 555 | 556 | 557 | 558 | 559 | 560 | 561 | 562 | 563 | 564 | 565 | 566 | 567 | 568 | 569 | 570 | 571 | 572 | 573 | 574 | 575 | 576 | 577 | 578 | 579 | 580 | 581 | 582 | 583 | 584 | 585 | 586 | 587 | 588 | 589 | 590 | 591 | 592 | 593 | 594 | 595 | 596 | 597 | 598 | 599 | 600 | 601 | 602 | 603 | 604 | 605 | 606 | 607 | 608 | 609 | 610 | 611 | 612 | 613 | 614 | 615 | 616 | 617 | 618 | 619 | 620 | 621 | 622 | 623 | 624 | 625 | 626 | 627 | 628 | 629 | 630 | 631 | 632 | 633 | 634 | 635 | 636 | 637 | 638 | 639 | 640 | 641 | 642 | 643 | 644 | 645 | 646 | 647 | 648 | 649 | 650 | 651 | 652 | 653 | 654 | 655 | 656 | 657 | 658 | 659 | 660 | 661 | 662 | 663 | 664 | 665 | 666 | 667 | 668 | 669 | 670 | 671 | 672 | 673 | 674 | 675 | 676 | 677 | 678 | 679 | 680 | 681 | 682 | 683 | 684 | 685 | 686 | 687 | 688 | 689 | 690 | 691 | 692 | 693 | 694 | 695 | 696 | 697 | 698 | 699 | 700 | 701 | 702 | 703 | 704 | 705 | 706 | 707 | 708 | 709 | 710 | 711 | 712 | 713 | 714 | 715 | 716 | 717 | 718 | 719 | 720 | 721 | 722 | 723 | 724 | 725 | 726 | 727 | 728 | 729 | 730 | 731 | 732 | 733 | 734 | 735 | 736 | 737 | 738 | 739 | 740 | 741 | 742 | 743 | 744 | 745 | 746 | 747 | 748 | 749 | 750 | 751 | 752 | 753 | 754 | 755 | 756 | 757 | 758 | 759 | 760 | 761 | 762 | 763 | 764 | 765 | 766 | 767 | 768 | 769 | 770 | 771 | 772 | 773 | 774 | 775 | 776 | 777 | 778 | 779 | 780 | 781 | 782 | 783 | 784 | 785 | 786 | 787 | 788 | 789 | 790 | 791 | 792 | 793 | 794 | 795 | 796 | 797 | 798 | 799 | 800 | 801 | 802 | 803 | 804 | 805 | 806 | 807 | 808 | 809 | 810 | 811 | 812 | 813 | 814 | 815 | 816 | 817 | 818 | 819 | 820 | 821 | 822 | 823 | 824 | 825 | 826 | 827 | 828 | 829 | 830 | 831 | 832 | 833 | 834 | 835 | 836 | 837 | 838 | 839 | 840 | 841 | 842 | 843 | 844 | 845 | 846 | 847 | 848 | 849 | 850 | 851 | 852 | 853 | 854 | 855 | 856 | 857 | 858 | 859 | 860 | 861 | 862 | 863 | 864 | 865 | 866 | 867 | 868 | 869 | 870 | 871 | 872 | 873 | 874 | 875 | 876 | 877 | 878 | 879 | 880 | 881 | 882 | 883 | 884 | 885 | 886 | 887 | 888 | 889 | 890 | 891 | 892 | 893 | 894 | 895 | 896 | 897 | 898 | 899 | 900 | 901 | 902 | 903 | 904 | 905 | 906 | 907 | 908 | 909 | 910 | 911 | 912 | 913 | 914 | 915 | 916 | 917 | 918 | 919 | 920 | 921 | 922 | 923 | 924 | 925 | 926 | 927 | 928 | 929 | 930 | 931 | 932 | 933 | 934 | 935 | 936 | 937 | 938 | 939 | 940 | 941 | 942 | 943 | 944 | 945 | 946 | 947 | 948 | 949 | 950 | 951 | 952 | 953 | 954 | 955 | 956 | 957 | 958 | 959 | 960 | 961 | 962 | 963 | 964 | 965 | 966 | 967 | 968 | 969 | 970 | 971 | 972 | 973 | 974 | 975 | 976 | 977 | 978 | 979 | 980 | 981 | 982 | 983 | 984 | 985 | 986 | 987 | 988 | 989 | 990 | 991 | 992 | 993 | 994 | 995 | 996 | 997 | 998 | 999 | 1000

Covalence Criteria



Criteria

Covalence has defined 45 criteria of business contribution to human development according to an international legal framework

A. Working conditions		Universal Declaration of Human Rights 1948	OECD Guidelines for Multinational Enterprises 1976	ILO Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy 1977	Rio Declaration on Environment and Development 1992	Copenhagen Agreements on Social Development 1995	United Nations Global Compact 2001
1. Labour standards	Does the company endorse the norms of the International Labour Organisation, notably those concerning freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining ; the elimination of all forms of forced or compulsory labour ; the effective abolition of child labour ; and the elimination of discrimination in respect of employment and occupation (ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work)?	Articles 4, 6, 20, 23.1, 23.3, 23.4, 24	II. General policies 1-5 ; IV Employment and Industrial Relations 1-5	Paragraphs 8, 21, 36		Declaration 8	Principles 3, 4, 5, 6
2. Wages	Compared to the local situation, how does the company assess the level of wages paid to employees and executives ?	Articles 23. 1., 23.2	II. General policies 1	Paragraphs 3, 34	Principle 3.		Principles 3, 4, 5, 6
3. Social benefits	Has the company taken measures internally or externally regarding social benefits and advantages for employees and families ?	Article 23.3	II. General policies 1				
4. Training and insertion	Has the company taken measures regarding youth professional training, continued formation for adults, stabilisation of jobs, social plans in case of lay-offs ? What about the cost, time and coverage fo these measures ?	Article 26	II. General policies 1, 4	Paragraphs 24, 26, 30, 31		Programme of action 8	

Covallence Criteria

5. Women	Has the company taken measures regarding the promotion of women at work and the coordination of professional and private life ?	Article 23.1, 23.2	II. General policies 1	Paragraph 21	Principle 2,	Declaration 7	
6. External working conditions	Has the company taken measures to improve working conditions among its suppliers, subcontractors and other professional partners referring to the norms of the International Labour Organization : individual initiative, code of conduct, fair trade label, social certification ?	Articles 4, 6, 20, 23.1, 23.3, 23.4, 24	I. Principles 2,4 ; II General Policies 1, 4, 5, 10 ; IV Employment and Industrial Relations 1-5	Paragraphs 8, 21, 36	Principle 3:	Declaration 8	Principles 3, 4, 5, 6
B. Impact of production							
7. Sales	In which countries / regions does the company sell products and services, and for what share ? (detailed information by country and type of product or brand preferred, but regional estimations also registered) What is the proportion of exports?		II. General policies 1				
8. Link with official development aid	Have commercial operations of the company been related to official development assistance (bilateral or multilateral) ?					Programme of action 11 (h)	
9. Export risk guarantee	Has the company benefited from export risk guarantee (ERG) ? Which where the importing countries ? Has the company answered any questionnaire relative to social and environmental aspects of export operations for authorities responsible of the ERG attribution ? Has the company published these answers ?						

Covalence Criteria

10. International presence	Is the impact of the company's Foreign Direct Investments positive or negative ? (FDI : Investment abroad seeking at exercising long term influence on the management of a company and representing participations from 10 % of the capital to its control and acquisition)		II. General policies 1, 3	Paragraphs 1, 10		Programme of action 9	Principles 3, 4, 5, 6
11. Joint ventures	Are local investors participating in the investments realized by the company, at what share ? Are these partnerships due to deliberate choices or to a legal constraint ?		II. General policies 1, 3, 5	Paragraph 1		Programme of action 8, 12	
12. Economic impact	How does the company's investments influence local industries in terms of job creation, access to markets, competition, economic growth ?	Articles 22, 25	II. General policies 1, 3 ; IX. Competition 1	Paragraph 1, 40	Principle 3,	Declaration 7, 9	Principle 1
13. Social impact	How does the company's investments influence the implementation of local laws relating to social areas c.f. social protection, public health, employee relations, fiscal relations ?	Articles 7, 22	II. General policies 1, 3		Principle 3,	Declaration 9, PA 8, 12 (i)	
14. Job stability	In the different countries / regions where it is active, what is the turn-over of the company's employees ?		II. General policies 1, 4	Paragraphs 13, 14			
15. Local employees	In the different countries / regions where it is active, what is the number and the proportion of local employees in the company ?	Article 23.1	II. General policies 1, 4	Paragraph 18			
16. Local executives	In the different countries / regions where it is active, what is the number and the proportion of local executives in the company ?	Article 23.1	II. General policies 1, 4	Paragraph 18			
17. Women employed	In the different countries / regions where it is active, what is the proportion of women among the company's employees and among the company's executives?	Articles 23. 1., 23.2	II. General policies 1, 4	Paragraph 21		Declaration 7	

Covalence Criteria

18. Downsizing	Has the company sensibly reduced or interrupted activities for economic reasons ? If yes, what can be said about the measures taken to minimize negative social effects of such decisions ?		II. General policies 1, 4 ; IV. Employment and Industrial Relations. 6	Paragraphs 24, 26	
19. Infrastructures	Have FDI realized by the company provoked governmental investments in infrastructures for transport, energy, health, education, training and other fields of public interest ? Has the company supported or directly participated to investments in public infrastructures ?	Article 22	II. General policies 1, 3		
20. Local sourcing	Does the company purchase directly to local farmers, industries and services providers ? If yes, how does the company assess the impact of these buyings on economic and social development ? How many local suppliers in each country ?	Articles 22, 25	II. General policies 1, 3	Paragraph 20	
21. Stability of prices	How does the company 's buying of raw material influence price fluctuations in international markets ?	Articles 22, 25	II. General policies 1, 3		Programme of action 11
22. Technical assistance	Do the company's suppliers, subcontractors et other professional partners benefit from its technical assistance, advice and training ? If yes, how does the company assess the impact of such transfers of knowledge and technology on local economic and social development ?	Articles 22, 25, 26	II. General policies 1, 3 ; VIII. Science and Technology 2, 3	Paragraph 19	PA 8, 9, 12
23. Intellectual propriety rights	While managing its intellectual propriety rights, has the company taken measures that favorize human and economic development, the protection of biodiversity, respect of traditionnal knowledge and local natural ressources, for example through voluntary licenses, agreements, cooperation with research institutes and local communities ?	Articles 17, 25, 27,2	II. General policies 1, 3 ; VIII. Science and Technology 2, 4		

Covalence Criteria

24. Local innovation	In which measure does the company's presence influe on local industrial and cultural innovation ? Has the company's presence contributed to local innovations useful to economic and social development ?	Articles 22, 25	II. General policies 1, 3 ; VIII. Science and Technology 3, 5			
25. Fiscal contributions	For each country / region where it is active, what are the following datas : fiscal contributions, purchasing of raw material and products, sales, profit ? What can the company say about its fiscal relations policy ? How can the company assess the impact of its fiscal contributions to local economic and social development ?	Articles 22, 25	II. General policies 1, 3, 5 ; X. Taxation.			Programme of action 9
26. Environmental impact	Has the company adopted programs of management of the environmental impact of its activities ? What can be said about the effect of these programmes on local economic and social development?		II. General policies 1, 5 ; V. Environment.	Principle 4, 10.	Declaration 6	Principle 8
C. Impact of product						
27. Product human risk	Has the company had to face requests regarding risks that its products would present for the health, safety and security of consumers and populations ? If yes, how dit it react to these requests ?	Articles 3, 25	II. General policies 1, 5 ; VII. Consumer Interests.			
28. Product social utility	Does the company currently market products or services that respond particularly to the needs related to human, social and economic development ?	Articles 22, 25.	II. General policies 1 ; VII. Consumer Interests ; VIII. Science and Technology.			Declaration 9

Covallence Criteria

29. Product relation to culture	Has the company put on the market a product, or developed an activity, that valueate local culture and traditions ?	Articles 22, 26, 27	II. General policies 1 ; VII. Consumer Interests.	Principle 22.	Programme of action 8	
30. Socially innovative product	Does the company research & develop products or services that present a particular interest for local economic and social development (R&D) ?	Articles 22, 25	II. General policies 1 ; VII. Consumer Interests ; VIII. Science and			
31. Product environmental risk	Has the company taken particular measures relatively to environmental risks of certain products, c.f. reference to international agreements, cooperation with international agencies, NGOs, universities, local communities ?	Article 3	II. General policies 1, 5 ; V. Environment; VII. Consumer Interests ; VIII. Science and Technology	Principle 4, 10.	Declaration 9	Principle 7
32. Waste management	Has the company taken particular measures relatively to the management of waste due to its products ?		II. General policies 1, 5 ; V. Environment.	Principle 4, 10.	Programme of action 8	
33. Eco-innovative product	Has the company launched a new product or service environmentally friendly while contributing to human development ?		II. General policies 1, 5 ; V. Environment	Principle 4, 10.	Declaration 6, PA 8	Principle 9
34. Information to consumer	Has the company taken particular measures aiming at informing consumers on the use of its products, c.f. price, quality, quantity needed and other human, economic, cultural or social implications ?	Articles 3, 25	II. General policies 1 ; VII. Consumer Interests.		Declaration 9	
35. Pricing / needs	Has the company taken particular measures to define moderate selling prices for products responding to essential human needs as defined by major development organizations ?	Articles 3, 25	II. General policies 1 ; IX. Competition.	Principle 5, 6.		
36. Cause related marketing	Has the company been involved in operations of cause related marketing (a % of the sale of a product is attributed to social projects) ?					

Covalece Criteria

37. Social sponsorship
Does the company proceed to donations or social sponsorship in cash or in kind ? In that case, does the company communicate identity of beneficiaries and the amount involved ? What is its policy in this field ? What does the company expect of NGOs to engage in more cooperation ?

D. Institutional impact

38. Anti-corruption policy
Is the company taking measures to contribute to reduce corruption in private and public markets ?

Articles 22, 25

II. General policies 1, 2, 5 ;
VI. Combating Bribery.

Declaration 4, PA 11, 13

39. Humanitarian policy
Has the company defined a policy and taken particular measures regarding its activities in conflict or reconstruction post-conflict zones, a humanitarian policy ? Has the company been requested to leave certain countries because of political situations, or through pressure on governmental or rebel forces, and in that case what was the reaction to these requests ?

Articles 3, 28

II. General policies 1, 2.

Principle 23, 24, 25.

Declaration 5

40. Human rights policy
Has the company defined a human rights policy and taken particular measures regarding its activities in the developing world ?

Articles 3, 5, 9, 19

II. General policies 1, 2.

Principle 23.

Principles 1, 2

41. Relations with United Nations
Does the company support the UN Global compact or other UN initiatives, programs and agencies ? In this case, is this support direct or via a professional organisation ? Has the company taken initiatives related to the Global compact ?

Principles 1-9

42. Boycott policy
Has the company been the object of demands of exit of certain countries because of the human rights situation ("repressive regimes"), and in this case how did it respond to these demands ?

II. General policies 1, 2.

Covalece Criteria

43. Social stability	Has the company taken particular measures that contribute directly to local social stability in rural and urban areas, notably in matters of education, health, security ?	Articles 25, 26		Programme of action 8	
44. Support to political actors	Does the company support political actors financially, is this information available to the public (parties, countries) ?		II. General policies 1, 5, 6, 11		
45. Lobbying practices	Which national and international political issues has the company discussed about with developing countries governments ? What are the main subjects of debate currently ?	Article 30	II. General policies 1, 5, 6, 7, 8, 9, 11	Principle 27.	Principle 1

Annexe III

1. « *Traditional knowledge/ bio-diversity* »

B. Impact of production	
12. Economic impact	How does the company's investments influence local industries in terms of job creation, access to markets, competition, economic growth?
23. Intellectual propriety rights	While managing its intellectual propriety rights, has the company taken measures that favor human and economic development, the protection of biodiversity, respect of traditional knowledge and local natural resources, for example through voluntary licenses, agreements, cooperation with research institutes and local communities ?
24. Local innovation	In which measure does the company's presence influence local industrial and cultural innovation? Has the company's presence contributed to local innovations useful to economic and social development?
C. Impact of product	
29. Product relation to culture	Has the company put on the market a product, or developed an activity, that values local culture and traditions ?
D. Institutional impact	
41. United Nations policy	Does the company support the UN Global compact or other UN initiatives, programs and agencies ? In this case, is this support direct or via a professional organisation ? Has the company taken initiatives related to the Global compact ?
43. Social stability	Has the company taken particular measures that contribute directly to local social stability in rural and urban areas, notably in matters of education, health, security ?
45. Lobbying practices	Which national and international political issues has the company discussed about with developing countries governments ? What are the main subjects of debate currently?

2. « *Technology transfer* »

A. Working conditions	
4. Training and insertion	Has the company taken measures regarding youth professional training, continued formation for adults, stabilisation of jobs, social plans in case of lay-offs ? What about the cost, time and coverage of these measures ?
B. Impact of production	
16. Local executives	In the different countries / regions where it is active, what is the number and the proportion of local executives in the company ?
22. Technical assistance	Do the company's suppliers, subcontractors et other professional partners benefit from its technical assistance, advice and training ? If yes, how does the company assess the impact of such transfers of knowledge and technology on local economic and social development?

24. Local innovation	In which measure does the company's presence influe on local industrial and cultural innovation ? Has the company's presence contributed to local innovations useful to economic and social development ?
C. Impact of product	
30. Socially innovative product	Does the company research & develop products or services that present a particular interest for local economic and social development (R&D) ?
33. Eco-innovative product	Has the company launched a new product or service environmentally friendly while contributing to human development ?

3. « Purchasing policies »

B. Impact of production	
6. External working conditions	Has the company taken measures to improve working conditions among its suppliers, subcontracters and other professionnall partners refering to the norms of the International Labour Organization : individual initiative, code of conduct, fair trade label, social certification c.f. SA 8000?
20. Local sourcing	Does the company purchase directly to local farmers, industries and services providers ? If yes, how does the company assess the impact of these purchases on economic and social development ? How many local suppliers in each country ?
21. Stability of prices	How does the company's purchase of raw material influence price fluctuations in international markets ?
24. Local innovation	In which measure does the company's presence influe on local industrial and cultural innovation ? Has the company's presence contributed to local innovations useful to economic and social development ?
27. Product human risk	Has the company had to face requests regarding risks that its products would present for the health, safety and security of consumers and populations ? If yes, how did it react to these requests ?
31. Product environmental risk	Has the company taken particular measures relative to environmental risks of certain products, c.f. reference to international agreements, cooperation with international agencies, NGOs, universities, local communities ?

4. « Product pricing policy »

C. Impact of product	
23. Intellectual propriety rights	While managing its intellectual propriety rights, has the company taken measures that favor human and economic development, the protection of biodiversity, respect of traditional knowledge and local natural resources, for example through voluntary licenses, agreements, cooperation with research institutes and local communities ?

28. Product social utility	Does the company currently market products or services that respond particularly to the needs related to human, social and economic development?
30. Socially innovative product	Does the company research & develop products or services that present a particular interest for local economic and social development (R&D) ?
33. Eco-innovative product	Has the company launched a new product or service environmentally friendly while contributing to human development ?
35. Pricing / needs	Has the company taken particular measures to define moderate selling prices for products responding to essential human needs as defined by major development organizations?

5. « Sustainable production and procurement »

A. Working conditions

3. Social benefits	Has the company taken measures internally or externally regarding social benefits and advantages for employees and families ?
4. Training and insertion	Has the company taken measures regarding youth professional training, continued formation for adults, stabilization of jobs, social plans in case of lay-offs ? What about the cost, time and coverage of these measures ?
5. Women	Has the company taken measures regarding the promotion of women at work and the coordination of professional and private life ?
6. External working conditions	Has the company taken measures to improve working conditions among its suppliers, sub-contracters and other professional partners referring to the norms of the International Labor Organization : individual initiative, code of conduct, fair trade label, social certification ?

B. Impact of production

20. Local sourcing	Does the company purchase directly to local farmers, industries and services providers? If yes, how does the company assess the impact of these purchases on economic and social development? How many local suppliers in each country?
26. Environmental impact of production	Has the company adopted programs of management of the environmental impact of its activities? What can be said about the effect of these programs on local economic and social development?

C. Impact of product

32. Waste management	Has the company taken particular measures relatively to the management of waste due to its products ?
34. Information to consumer	Has the company taken particular measures aiming at informing consumers on the use of its products, c,f, price, quality, quantity needed and other human, economic, cultural or social implications ?
36. Cause related marketing	Has the company been involved in operations of cause related marketing (a % of the sale of a product is attributed to social projects)?

6. « Investing »

B. Impact of production

8. Link with official development aid	Have commercial operations of the company been related to official development assistance (bilateral or multilateral) ?
9. Export risk guarantee	Has the company benefited from export risk guarantee (ERG) ? Which where the importing countries ? Has the company answered any questionnaire relative to social and environmental aspects of export operations for authorities responsible of the ERG attribution ? Has the company published these answers ?
10. International presence	Is the impact of the company's Foreign Direct Investments positive or negative ? (FDI : Investment abroad seeking at exercising long term influence on the management of a company and representing participations from 10 % of the capital to its control and acquisition)
11. Joint ventures	Are local investors participating in the investments realized by the company, at what share ? Are these partnerships due to deliberate choices or to a legal constraint ?
12. Economic impact	How does the company's investments influence local industries in terms of job creation, access to markets, competition, economic growth ?
13. Social impact	How does the company's investments influence the implementation of local laws relating to social areas c.f. social protection, public health, employee relations, fiscal relations ?
18. Downsizing	Has the company sensibly reduced or interrupted activities for economic reasons ? If yes, what can be said about the measures taken to minimize negative social effects of such decisions ?
19. Infrastructures	Have FDI realized by the company provoqued governmental investments in infrastructures for transport, energy, health, education, training and other fields of public interest ? Has the company supported or directly participated to investments in public infrastructures ?
25. Fiscal contributions	For each country / region where it is active, what are the following datas : fiscal contributions, purchasing of raw material and products, sales, profit ? What can the company say about its fiscal relations policy ? How can the company assess the impact of its fiscal contributions to local economic and social development ?

D. Institutional impact

41. Relations with United Nations	Does the company support the UN Global compact or other UN initiatives, programs and agencies ? In this case, is this support direct or via a professional organisation ? Has the company taken initiatives related to the Global compact ?
43. Social stability	Has the company taken particular measures that contribute directly to local social stability in rural and urban areas, notably in matters of education, health, security ?
44. Support to political actors	Does the company support political actors financially, is this information available to the public (parties, countries) ?

Annexe IV

Covalence position among closest markets and competitors

