



HAL
open science

Relancer l'enquête

Geneviève Teil

► **To cite this version:**

Geneviève Teil. Relancer l'enquête. Journées du séminaire Attachements, PNR Vercors. FRA., Dec 2014, Paris, France. hal-02791829

HAL Id: hal-02791829

<https://hal.inrae.fr/hal-02791829>

Submitted on 16 Aug 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Relancer l'enquête

G. Teil INRA SAD APT

Présentation aux Journées d'octobre 2014 du séminaire Alattach, Mines CSI

Introduction

L'attitude de Ouezzani que nous avons vu la veille à agropole olivier est exactement le reflet de la science tyran qui veut imposer SA bonne qualité à un pays, mais en toute bonnes intentions. Il pense aussi aux petites maasras... à la qualité typique, dès qu'on lui soumet un sujet, il cherche une solution, mais il a toujours la bonne et la meilleure solution, il connaît les gens, il sait même les faire changer (le goût, c'est rien, c'est de la formation et de l'éducation) et le tout avec un angélisme... incroyable.

J'ai donc tout trouvé l'introduction à mon article sur ADRaR pour le livre attachements. Peut-on laisser faire cela... mais tout en soulignant la qualité de ses apports. Le point est plus démocratique, il ne peut pas être le seul à savoir ce qui est bien, surtout que son agropole est un institut privé financé par les grands groupes, qu'il ne publie pas parce que tout cela est confidentiel bien sûr.

Il faut avec lui chercher une solution pour les petites maasras, et ouvrir l'idée de qualité, c'est le rôle que peut jouer ADRaR.

Des enquêtes qui piétinent

J'ai la chance de ne pas faire que des enquêtes de programmes, et d'avoir pu, à l'occasion de plusieurs programmes de recherche sur la qualité des produits, me consacrer à des questions très larges - Qu'est-ce que la qualité ? Comment les qualités et leurs cahiers des charges différencient-elles et jusqu'où les éléments, acteurs... qui contribuent à les faire exister ? - libérées d'un appareil théorique très contraignant - celles de la perception, ou de l'information sur la qualité en économie, par exemple. La première portait sur le vin et sa qualité, de la vigne au verre. Le premier programme portait sur la qualité des vins, - qu'est-ce que c'était que cette chose là, la qualité, comment émergeait-elle, comment s'attachait-elle aux bouteilles, que faisait-elle, comme en rendait-on compte ? Ces questions m'ont amenée au début de l'enquête à travailler sur les consommateurs, leur diversité, et à rencontrer Pedro.

Premier piétinement

Au bout d'un entretien et de quelques conversations, je n'avais plus trop de questions à lui poser. Il aimait le vin, en achetait beaucoup, et ses critères de choix étaient à la fois stricts et ouverts : il essayait un peu au hasard tout ce qui se vendait en dessous d'un seuil semblait-il assez bas de prix. Il aime le vin, mais il est un peu comme ces gens qui arrivent tous les midis au bar où je fais des « observations participantes » qui disent aimer le vin, et qui demandent jour après jour « un Ribera », mais n'importe lequel. Je me refuse à en conclure qu'ils aiment les étiquettes ; mais je suis incapable de dire ce

qu'ils aiment. Lors d'une rencontre quelques jours après l'entretien, alors qu'il me faisait parler de mon travail, il se propose pour « participer » à l'enquête. Il aime le vin, le sujet l'intéresse et il est volontaire pour participer.

Participer oui, mais à quoi ? Je n'allais pas refuser pareille proposition. Je me suis dit que j'allais essayer d'en comprendre un peu plus sur le caractère très stable et arrêté de sa consommation. Nous avons continué les entretiens, un par semaine où nous allions prendre un verre ensemble et où j'enregistrais systématiquement toutes nos conversations pendant lesquelles nous parlions de vin. Dans les bars, il aimait tout ce qu'il buvait pour peu que cela corresponde à ce qu'il savait déjà aimer. Un jour cependant, il a été très surpris par le vin d'une marque qui était un référent de qualité pour lui, qu'il a bu par hasard sans savoir de quoi il s'agissait, et qu'il n'a pas aimé. Nous discutons, il voulait savoir quels étaient les bons vins, en goûter... nous avons poursuivi nos séances hebdomadaires chez moi où je lui ai fait goûter des vins pour recueillir ses commentaires. Là, il n'avait plus un verre, comme au comptoir mais trois ou plus et ses commentaires ont commencé à changer.

Lui qui m'expliquait qu'il ne fallait pas avoir de goûts parce que cela nuisait à la vie sociale s'est mis à avoir des préférences pour certains vins, à faire attention, essayer des vins qu'il ne connaissait pas, se poser des questions, dépasser le strict seuil de prix qu'il s'était fixé... Au bout de sept mois de travail ensemble, nos dégustations à la maison s'étaient espacées, mais je l'emmenais dans certaines visites de terrain. Pedro voulait participer, il faisait de la recherche amateur, ce dernier mot étant employé en son sens le plus noble.

Cette aventure avec Pedro m'a énormément aidée dans mon questionnement, notamment dans la compréhension de son approche « sans goûts », inattentive du vin. Mais surtout, il m'a posé un problème éthique, heureusement « petit », mais un problème éthique quand même : au bout de 7 mois de travail ensemble, il avait changé. Il m'a dit qu'il faisait plus attention à ce qui se passait lorsqu'il buvait les vins, qu'il y avait plein de sensations qu'il n'avait jamais perçues auparavant ; il avait remis son strict plafond de prix et dépensait plus d'argent dans le vin.

Ce changement était prévisible je mes retranscriptions d'entretien en rendaient compte séance après séance depuis un bout de temps. C'était même devenu l'enjeu essentiel de nos rencontres, voir si et comment, il allait se mettre à ressembler aux autres amateurs de vin que je côtoyais. Mais dans quelle mesure pouvais-je m'autoriser un tel pouvoir sur lui, sans lui demander son avis préalable, sans le prévenir de ce qui risquait de lui arriver, si tant est que je pouvais le prédire ?

Pedro a relancé mon enquête sur la qualité, il m'a montré une autre façon d'aimer le vin. Il a participé à l'enquête et il a changé, tout comme moi.

Second piétinement

Des années plus tard, alors que je continue à tourner et retourner les questions de qualité, cette fois-ci au Maroc et sur les questions de produits de terroir, mon enquête piétine. On me demande de répondre à la question, est-ce que les « produits de terroir » sous entendu les produits certifiés par une appellation d'origine, peuvent contribuer au développement rural ? Il en existe en effet à l'époque une dizaine, mais personne ou presque ne les connaît et on ne les trouve pas à vendre. Il faut se déplacer sur le lieu des coopératives qui ont demandé l'appellation pour les acheter.

Les produits de terroir intéressent les acheteurs, peut-être pas ceux qui sont certifiés et dont ils ignorent l'existence, mais cette idée de produit traditionnel est omniprésente dans les achats alimentaires, tout particulièrement les fruits et légumes et autres produits agricoles, comme les poulets, que l'on trouve sur les marchés. Elle a même un nom, le « beldi » qui signifie grosso modo « traditionnel du pays ». Elle va de pair avec une suspicion générale de fraude. Chacun sait comment s'approvisionner, mais tout le monde met en garde contre les faux produits de terroir, par exemple les femmes de la montagne qui se déguisent pour venir vendre les légumes qu'elles achètent au marché de gros et faire croire qu'ils sont « beldi ».

Il y a certainement un effort à faire du côté de la communication et de distribution, mais je trouve un peu étrange, compte tenu de la prégnance du soupçon de fraude que personne ne les connaisse.

Je vais donc faire le marché avec des marocains et marocaines où je fais mes premières armes avec le « beldi » qui se décline en plusieurs registres. Elle désigne des produits « locaux », des variétés du pays au lieu de ces carottes et choux fleurs et surtout ces poulets apportés par les anciens colons que l'on élève en batterie, des produits bons, avec du goût et pas ces produits insipides qui viennent des grandes exploitations industrielles, des produits sains et cultivés selon les méthodes traditionnelles, c'est-à-dire sans produits chimiques. Mais la visite des marchés ruraux me rend moi aussi suspicieuse : sur les souqs de campagne, je trouve invariablement des marchands de fournitures pour les paysans qui vendent des produits de traitement pour les cultures, des semences enrobées, ni locales, ni bio, et des semences issues de la sélection espagnole ou française ; l'agrodiversité y est aussi extrêmement réduite, une seule variété de carottes chou fleurs, tomate, petits pois, haricots, deux de pommes de terre... En poussant un peu plus loin dans les fermes et les champs, je vois que ces produits sont très utilisés, surtout en été. La très faible variété de semences que l'on trouve sur les marchés et même chez les « gros » marchands de fournitures agricoles à Tanger se retrouve sur les étals des marchés avec la très faible variété de produits qu'offrent les agriculteurs.

Pour le bio, on peut se dire que l'on est face à un exemple typique d'asymétrie d'information avec un consommateur qui ne peut pas vérifier si un produit est ou non bio. Et pourtant, les acheteurs recherchent des produits beldi parce qu'ils sont bio. L'argument m'a été souvent répété : les petits agriculteurs n'ont pas les moyens de s'acheter des produits qui coûtent cher. Il est repris par tous les gens que je croise sur les marchés et qui m'incitent, moi l'européenne, à acheter la production locale des femmes rifaines du marché, parce que « ça c'est du bio¹ ».

L'huile d'olive est un des produits phares de la tradition marocaine. L'huile beldi est très recherchée quoiqu'il existe une production certifiée AOP. On la trouve dans les foires de produits artisanaux et de terroir, mais les producteurs de la coopérative se plaignent de ne pas arriver à la vendre. Elle est chère, mais elle est de très haute qualité, Vierge Extra, avec une acidité très faible, inférieure à 0,4 ; la qualité est certifiée, les stands de vente affichent les analyses de qualité. De toutes les personnes que j'interroge, nul ne connaît l'huile d'AOP Tyout, et tout le monde achète son huile auprès de producteurs soigneusement sélectionnés, car la suspicion de fraude est là aussi très forte. L'huile la

¹ Le texte de réglementation marocaine de la certification Bio est publié en avril 2013, à la fin de ce travail de terrain, dans ce qui me semble être sur place, la plus parfaite indifférence.

plus recherchée, parce qu'elle est la meilleure façon d'éviter la fraude et d'avoir la meilleure qualité, est celle qui est pressée par des propriétaires d'oliveraies qui ont des surplus, en général peu importants, et qui acceptent de la vendre. Il faut donc grâce à son réseau social, avoir accès à l'un de ces surplus ; et l'on peut ainsi acheter une centaine de litres d'huile de qualité, puisque c'est celle là même que consomme le producteur, et « en toute confiance ». Ces huiles achetées en demi gros et non conditionnées valent 40 à 50% du prix de détail de l'huile AOP Tyout. Si l'on s'en tient aux critères de la norme internationale de l'huile d'olive, elles sont en général de qualité « lampante », impropre à la consommation humaine. Les acheteurs sont pourtant tout à fait satisfaits des huiles qu'ils achètent. Une fois achetée, leur qualité n'est jamais mise en cause à la consommation qui n'est pas une épreuve de qualité. La consommation de l'huile s'apparente plutôt aux situations décrites par P. Bourdieu dans *Le sens pratique* {Bourdieu, 1980 #23}, avec cette urgence de la pratique ou ce sens de la situation qui permet d'agir avec une attention limitée et efficace. Même lorsque l'on essaye de rompre avec cet alignement de l'action et de l'appréciation en organisant des tests de dégustation, on n'obtient pas de questionnement réflexif sur la qualité : les dégustateurs préfèrent le plus souvent le goût de leurs huiles, même si elles présentent les caractéristiques de gros défauts au vu des normes internationales, et ils n'en apprécient pas non plus les bonnes qualités. Comme le résume P. Bourdieu, on aime ce que l'on mange et l'on ne se demande pas ce que l'on aime.

La réponse à la question qui m'est posée commence à s'étoffer : oui, les produits de terroir peuvent aider au développement rural, ils sont recherchés par les consommateurs. Cependant, malgré le climat de suspicion, les AOP ne semblent guère les intéresser, ils utilisent leurs propres stratégies de sélection des sources d'approvisionnement de qualité. Toutefois, les stratégies d'approvisionnement des consommateurs semblent laisser s'installer un fossé entre ce qu'ils pensent acheter et ce qu'ils achètent. Se trompent-ils ? Sont-ils mal informés ? Peut-être. Mais une campagne d'information, à condition qu'elle soit possible, serait-elle efficace ? Les AOP communiquent. La télévision a réalisé des émissions sur le sujet et présenté quelques produits emblématiques comme le safran de Taliouine.

Les femmes de la campagne qui vendent leurs produits sur les marchés ne parlent pas français. Elles utilisent des produits qui leur sauvent la récolte et qu'elles trouvent assez facilement sur les souqs de campagne. Interrogées, elles disent traiter leurs cultures, et parfois préférer ne pas traiter, mais y être obligées, surtout en été. Elles utilisent aussi les semences qu'on leur vend sur les souqs, des semences sélectionnées européennes et n'y voient aucun inconvénient. Leur vie est dure, elles travaillent beaucoup et gagnent peu d'argent. Mais ces points d'agriculture ne sont pas un problème. Elles utilisent les ressources et fournitures disponibles qui sont arrivées avec le développement de l'agriculture moderne, intensive et productive.

Les acheteurs non plus n'ont pas de problème. Ils achètent des produits beldi qui leur apportent pleine satisfaction. Rares sont ceux qui les dénoncent. Une fois, nous avons entendu une femme expliquer qu'elle n'achetait jamais d'herbes sur les souqs aux femmes de la campagne parce qu'elle avait appris qu'elles étaient arrosées à l'engrais humain, ce qui les rendait insalubres. Les autres se livrent à une enquête sur la qualité qui n'a pas prise sur le produit et ne peut pas problématiser la question des pratiques culturelles, en faire un point de différenciation par exemple lors de la vente. L'agriculture traditionnelle change sans que les interactions marchandes fassent ressortir ces changements.

Les AOP et les produits certifiés bio affichent sur leur emballage une différence ; mais les consommateurs avec lesquels nous avons pu discuter ne les avaient jamais remarqués, ne les connaissaient pas. Dans le climat de suspicion qui entoure l'enquête des clients autour de la qualité des produits qu'ils achètent, la certification des produits labellisés devrait trouver un écho chez eux. Mais non. Poussés dans leurs retranchements pour l'enquêteur qui leur demande si maintenant qu'ils les connaissent, ils les achèteraient, plusieurs personnes ont répondu en mettant en cause les contrôles et la capacité de l'Etat à effectuer de véritables contrôles et garantir quoi que ce soit. C'est le caractère définitif de cette réponse qui est important parce qu'il montre à revers que les clients n'ont pas besoin de cette procédure de garantie qu'ils ne contrôlent pas eux-mêmes.

Rapidement l'enquête de terrain devient répétitive, les réponses à mes questions sont toujours les mêmes. Les questions soulevées par la qualité des produits sont limitées et ne créent pas de problème. J'ai l'idée de poursuivre auprès des restaurants « haut de gamme » de la ville, dont je me dis qu'ils sont sans doute plus exigeants envers la qualité des produits. Je suis rapidement déçue, tous sont invariablement préoccupés par les problèmes de logistique, de chaîne du froid, de respect des commandes et d'erreurs de livraisons. Un seul se fournit auprès des femmes de la campagne sur le marché, les autres vont sur le marché de gros ou commandent auprès de grandes exploitations spécialisées installées à Casablanca ou Agadir, dans les grandes zones de production maraîchères, et se font livrer.

La réponse à la question qui m'est posée, les produits de terroir peuvent-ils contribuer au développement rural ?, se précise. Les produits de terroir labellisés sont utilisés comme des instruments de développement rural. Mais il semblent peu efficaces et n'y contribuent guère ; ils sont inconnus et n'apportent aucune réponse à des questions que se poseraient les clients. Les produits qui ne le sont pas ne peuvent pas devenir un instrument du développement rural, parce qu'ils sont en train de disparaître, discrètement.

Pourquoi s'intéresse-t-on aux produits de terroir ? Pourquoi m'a-t-on posé la question de leur contribution au développement rural ? La politique agricole marocaine qui comporte un très gros volet de soutien à et l'amélioration de sa productivité, admet qu'il existe « deux » agricultures dont la première mise sur l'intensification de l'agriculture et l'autre sur son contraire, une agriculture extensive, « durable », faible consommatrice de ressources et génératrice de plus forte valeur ajoutée. Les deux reposent sur des prémisses franchement opposées et une façon d'éviter le conflit consiste à leur accorder chacune un terrain d'exercice privilégié ; il est assez logique de penser que la première est assez bien adaptée aux régions de plaines fertiles et l'autre aux régions de montagne aux terres plus ingrates. Dans la région de Tanger, nous sommes pour l'essentiel au milieu de ces terres ingrates, c'est pour cela que le laboratoire où je travaille s'intéresse à ces « produits de terroir ». Les paysans vivent mal, l'exode rural est important, l'urbanisation galopante. La solution envisagée par les pouvoirs publics serait de développer cette agriculture de terroir à plus forte valeur ajoutée.

La réponse à la question de la contribution des produits « beldi » au développement rural étant plutôt négative, comment poursuivre ce travail et quelle recommandation ajouter pour que ces produits de terroir deviennent des instruments plus efficaces de développement ?

En Europe, depuis en particulier la crise dite de la « vache folle », la répétition des « crises alimentaires », avec le surgissement de problèmes envers lesquels un grand nombre de clients ou producteurs se sentent concernés, est vue comme un facteur majeur d'émergence ou de recrudescence de l'attention envers les produits agricoles. Il est possible en effet que la transformation discrète des produits de petite agriculture amène un décalage de plus en plus important entre l'idée que les citadins se font des qualités de ces produits et la façon dont ils sont produits, qui débouche un jour sur un doute et un rejet. Faut-il attendre une crise ? Il n'est pas sûr qu'une telle crise profite aux producteurs ! Ils pourraient même être tenus premiers responsables de la dégradation de la qualité et l'idée de « beldi » pourrait même en faire les frais en devenant synonyme d'une qualité qui n'existe plus. Faut-il alerter les pouvoirs publics des risques d'une « crise de confiance » envers les produits agricoles traditionnels ? Faut-il écrire des articles mettant en doute la qualité des produits « beldi » ? Toutes ces pistes condamnent à tirer sur l'ambulance ou regarder le futur noyé se noyer.

Faut-il retourner sur le terrain approfondir le diagnostic, multiplier les entretiens pour finir par trouver les exceptions qui confirment la règle et permettent une estimation plus fine du rôle de la « qualité » des produits dans les interactions marchandes et trouver des lieux de résistance ? Une analyse détaillée voire pointilleuse sur les mille et une façons dont les interactions marchandes font circuler des produits « à qualité limitée » entre les mains de producteurs et consommateurs « à attention limitée » amènerait certainement son lot de situations exotiques inattendues et pourrait faire un bon article dans une grande revue. Certainement. Mais je ne suis plus en train de regarder des buveurs de vin et d'analyser leur plaisir. Une telle analyse fait du chercheur un « voyeur » indifférent aux problèmes qu'il analyse dans les moindres détails.

L'urbanisme galopant de Tanger, la pollution des eaux et des terres, la misère très propre des petits paysans de la montagne m'inclinent à opter pour une autre solution, chercher des solutions et les tester. La solution d'ailleurs n'a rien d'original et me semble assez simple : il faut amener les producteurs comme les consommateurs à faire plus attention à ce qu'ils mangent ou produisent, sans mettre en cause la qualité « beldi », bien au contraire, en développant l'intérêt envers elle.

La mise en place du projet ADRaR

Après avoir un instant incité un ami marocain à se lancer dans la distribution de produits de terroir, je fonde avec 3 associés marocains l'association ADRaR dont les premières lettres reprennent les initiales de sa devise : Agir pour un Développement Responsable & Respectueux des Femmes et des Hommes, des Produits et des Œuvres, de l'Environnement Social et Naturel. Le moteur de l'association qui lui permet d'agir consiste dans une boutique qui vend à des clients des produits agricoles qu'elle sélectionne pour leurs qualités. La boutique est en effet un médiateur parfait, un lieu d'action privilégié qui permet un dialogue avec les producteurs comme les consommateurs. La boutique que nous installons dans un quartier populaire de Tanger est ainsi un lieu d'animation et de communication avec les clients, mais aussi de retour d'information vers les producteurs pour leur signaler les problèmes de toute nature rencontrés au sujet de leurs produits. Mais, dans la mesure où il n'est pas question de tromperie avérée, qui dit problème à ADRaR ne dit pas sanction et au contraire recherche de solutions.

Je profite d'une enquête d'évaluation des projets de coopératives locales par la Direction Provinciale de l'Agriculture de Tanger pour visiter un grand nombre de coopératives locales et parfois acheter des produits qui alimentent le stock. Nous allons aussi visiter quelques autres producteurs jusqu'à Meknès. Un des fondateurs de l'association a un domaine agricole de 16 ha en polyculture élevage qu'il veut mener selon les principes de l'agriculture biologique. La boutique fonctionne par commandes pour des produits carnés et certains fromages frais ; elle ouvre le jour de la livraison des commandes. Les clients qui viennent chercher les produits peuvent aussi acheter les légumes cultivés selon les principes bio, livrés le même jour, ou les produits du stock non périssable achetés à différentes coopératives, producteurs, réseaux de producteurs ou petites entreprises de transformation dans la région, mais aussi petit à petit dans tout le Maroc au fil de mes déplacements dans le pays. Le principe de sélection est très lâche, il faut que les produits soient des produits de l'agriculture « de terroir » marocaine « intéressants » : ils peuvent être « bons », « sains », « emblématiques », « traditionnels », « issus de méthodes de culture respectueuses de l'environnement »... On retrouve les grandes dimensions du « beldi » mais il suffit qu'un critère soit présent pour que l'on achète le produit. L'attention envers la qualité n'est pas trop canalisée pour maintenir une large faculté d'intéressement des clients. Surtout, je reprends systématiquement tous ceux qui nous décrivent comme une « boutique bio ». Nous ne sommes pas une boutique bio, d'ailleurs leur nombre est tellement faible qu'il ne permettrait guère de faire tourner une boutique. Cette ouverture nous distingue aussi d'une enseigne de magasins montée par le ministère de l'agriculture pour vendre les produits des coopératives agricoles du Maroc et qui ne vendent aucun produit frais par exemple.

La boutique fonctionne, elle parvient à payer son loyer et fait un petit chiffre d'affaires de 1500 à 3000 euros par mois, pour deux heures d'ouverture par semaine.

De la décision de monter l'association, le 16 mai 2013, à mon départ du Maroc, le 8 décembre 2014, j'ai consacré plus de la moitié de mes longues journées à ce projet et au lancement de la boutique. Les trois derniers mois lui sont entièrement dédiés. Pendant tout ce temps, une question me hante : qu'est-ce que tu fais là ? Est-ce que tu fais de la recherche ?

Qu'est-ce que tu fais là ?

J'ai été très longtemps inquiète de ce que j'entreprenais. Je passais mon temps à dire à mes amis, « je me suis lancée dans un projet délirant, mais absolument passionnant » « non mais vous vous rendez compte de ce que je fais ? »... et bien sûr je n'ajoutais pas la suite, « parce que moi, non ! Je ne m'en rends pas compte ». Je colle des étiquettes de prix sur des bocaux, je fixe une politique commerciale, j'achète des stocks, j'aménage une boutique, je recrute une équipe de volontaires pour aider à la boutique et un chef de culture en agriculture biologique pour le domaine qui nous fournit les légumes, je vends les produits de la boutique, j'explique aux clients les enjeux du développement durable dans la région, je commande des panneaux d'information en français et en arabe au calligraphe d'un village à côté... Est-ce que je fais vraiment de la recherche ?

Je suis en train de mettre en place un dispositif de recherche. Si j'avais une équipe de techniciens sous la main, je pourrais leur demander de le faire à ma place et je ne serais pas en train de faire le ménage dans le local avant l'arrivée des clients. Mais je serais aussi bien en peine de leur dire quoi mettre en place. La boutique est avant tout un lieu différent : on n'est pas une boutique bio, ni une boutique de produits chers pour les

bobos de Tanger, est-on vraiment une boutique d'ailleurs, c'est plutôt un lieu où l'on se pose des questions, s'informe, discute, prend le temps... La différence s'invente dans le cours de l'action.

Comme tout dispositif expérimental, ADRaR produit des « données ». Je tiens un journal, scrupuleusement, mais il ne fait qu'avancer avec le projet, en retracer les détours, les attentes, les aléas ; je conserve soigneusement toutes les informations que je récupère... La position d'acheteur vendeur donne accès à des « données » habituellement très difficiles à obtenir par des enquêtes de terrain, sur les prix, les marges, les négociations, l'approvisionnement, et tous les problèmes que l'on rencontre dans le fil de l'action et qui m'ont été pointés du doigt dans certains entretiens avec des restaurateurs, mais que je découvre avec une autre acuité et surtout une autre urgence. L'urgence des solutions à trouver ne donne pas toujours le temps de penser ! Mon enquête se poursuit, c'est certain. Mais quel article je vais bien pouvoir écrire sur cette expérience ? Toutes ces « données » me renvoient à l'article détaillé sur les difficultés posées par la mise en valeur des produits de terroir.

En quoi mon travail est-il différent de celui des acteurs ? La différence avec les membres de l'équipe est claire, l'action que j'entreprends a une finalité très explicite, produire de l'attention envers la qualité des produits. Mais s'il ne tenait qu'à eux la boutique en aurait aussi une, gagner de l'argent.

L'attention envers la qualité des produits dans l'action quotidienne ne cesse de soulever des difficultés à résoudre pour continuer à agir. L'expérimentation produit avant tout des problèmes que je classe rapidement en dossiers : agroécologie, commerce équitable, qualité sanitaire, logistique et conditionnement, agrodiversité. Je retourne la question : à quoi peut servir la recherche ? Elle peut et doit servir à y apporter des solutions et les tester. La place de la recherche devient plus claire, elle doit accompagner l'équipe de la boutique dans la résolution des problèmes soulevés par la ou les qualités des produits. C'est ce que fait toute recherche, bien sûr. Mais dans le cas du projet ADRaR, l'association entre la boutique et la recherche permet de soulever des problèmes, d'envisager collectivement des solutions et de les faire tester par la boutique qui revient avec d'autres problèmes et relance le processus de recherche de solution. ADRaR est bien un dispositif « d'expérimentation sociale » continue.

Un dispositif de recherche participative ?

La première urgence quand on tient une boutique, est d'avoir des choses à vendre. Je m'occupe au début de l'approvisionnement, puis au bout de quelques mois, une fois rentrée en France, ce sont les autres membres de l'équipe qui s'en occupent. Je vois alors arriver des produits que je n'aurais pas toujours achetés, du Gouda de chèvre, produit d'un programme de recherche développement mené par des hollandais avec une coopérative laitière qui fait par ailleurs un fromage du chèvre frais labellisé IGP. Ce Gouda est pasteurisé, fade pour ne pas rebuter des mangeurs peu habitués aux fromages affinés. Arrivent aussi des produits cosmétiques « naturels » au miel, à la gelée royale, à l'huile d'argan... viennent meubler l'étagère où trônaient des savons d'Alep trouvés sur les marchés, des huiles essentielles de plantes marocaines et du musc de gazelle ramené de Ouarzazate ou de l'encens de Dakhla. Un jour alors que nous manquons régulièrement d'huile d'olive, un des membres du bureau revient avec une centaine de litres achetés à une personne de confiance.

Les clients posent des questions, en particulier sur les usages des huiles essentielles, le savon d'Alep me donne l'occasion de parler des problèmes soulevés par l'utilisation massive d'huile de palme dans les cosmétiques. La recherche « d'informations » sur les produits est une préoccupation chez certains, de même que l'interrogation sur ce que l'on peut dire ou ne pas dire sur les huiles essentielles notamment, leurs propriétés sanitaires et les précautions d'emploi dont elles doivent être l'objet, par exemple.

ADRaR, dispositif d'expérimentation sociale, est aussi un dispositif de « recherche participative », avec un chercheur engagé au plus près de l'action et qui sert souvent de caution. Je suis étonnée de l'extrême confiance qui nous est faite et de « l'expertise » qui m'est reconnue alors qu'il me semble au contraire qu'il est très difficile d'avoir des informations sur les produits que nous vendons². Que la recherche participe à la confiance qui faite à la boutique me semble dangereux. La recherche n'a pas à dicter la conduite ; ensuite, plus pernicieux, cette confiance qui lui est faite empêche les acteurs de faire attention. C'est le contraire que nous recherchons. La participation de la recherche doit être mieux cadrée autour de la résolution de problèmes et de la discussion des bonnes pratiques, soucieuses du développement rural responsable et respectueux qui motive l'action d'ADRaR.

Participer, qu'est-ce que cela veut dire ? Les acteurs ne cessent de réfléchir à ce qu'ils font et ainsi d'expérimenter leur action, ce sont eux aussi des « chercheurs » qui participent à ce qu'ils font. De son côté, la recherche participe toujours, même lorsqu'elle observe. Tout cela est une affaire de degré bien sûr. Il y a des acteurs qui réfléchissent peu et font peu de recherche et des recherches qui tentent de participer le moins possible. On peut dire que les recherches participatives sont celles qui ne cherchent pas à participer le moins possible ; elles « assument » leur participation et les changements qu'elles induisent. Mais cette participation à l'action pose une question au sujet de laquelle chercheurs et acteurs se sont récemment durement affrontés : qui décide des changements et orientations à prendre ?

En mai 2014, je commence la rédaction d'un projet de recherche qui vise à doter le projet ADRaR de son volet « recherche » et donc à en préciser les objectifs et les enjeux.

Le projet ADRaR y est décrit comme un dispositif de traitement de problèmes et d'expérimentation de solutions, dans lequel des chercheurs travaillent en étroite interaction avec l'équipe de la boutique qui met en œuvre les solutions élaborées avec les chercheurs sur les questions soulevées par la vie de la boutique et auxquelles l'équipe ne sait pas apporter de solution simple.

L'organisation est simple, des groupes de travail sont dédiés à des problèmes circonscrits élaborent des cahiers des charges de bonnes pratiques. Ils sont composés de représentants de toutes les personnes intéressées par un problème, éventuellement représentées en cas de surnombre, de membres de l'administration, producteurs, consommateurs, revendeurs, chercheurs ... Ils sont pilotés par des trios regroupant un membre de l'équipe boutique ADRaR, un chercheur marocain et un chercheur français, les deux ayant des compétences en sciences techniques et en recherche action. La recherche a un rôle d'animation de la discussion, d'information. Elle encadre le travail de

² Je cherche notamment désespérément à savoir si mon savon d'Alep contient ou non de l'huile de palme, ce dont m'assure un collègue marocain qui connaît bien les produits de terroir marocains, mais dont je vérifie plus tard en visitant l'usine de production qu'il se trompait. Le savon en contient un peu.

rédaction des cahiers des charges³ mais les choix techniques sont faits par les acteurs réunis dans le groupe de travail. ADRaR aide les acteurs à faire les choix qui orientent le développement agricole auxquels ils contribuent, mais ne les fait pas à leur place. Les propositions de cahier des charges sont testées par l'équipe boutique dans ses relations à ses fournisseurs et clients, puis révisés et retestés. Cette boucle constitue le dispositif d'expérimentation qui accompagne l'émergence de l'attention. L'ensemble des groupes de travail constitue le Conseil d'orientation de l'association et fait de ADRaR un véritable projet de recherche action.

ADRaR prend au mot l'idée de consomm'acteur en cherchant à intéresser les acheteurs pour les amener à peser, par leurs choix de consommation, sur les orientations de politique agricole. Par son Conseil, le projet vise explicitement à mettre la recherche au service des acteurs. Avec les cahiers des charges, il met ses résultats à la disposition de l'ensemble du public.

J'ai quitté la présidence pour intégrer, dès qu'il sera en place, le comité d'orientation. Ce retrait forcé qui m'empêche de m'impliquer dans le quotidien de l'association me redonne aussi un rôle de conseiller, plus proche de celui de la recherche.

Agir

Voici donc deux enquêtes qui piétinent et deux expériences de participation, la première par un acteur qui s'invite dans le processus de recherche ; le second où c'est la recherche qui s'invite dans l'action en aidant à prendre en charge les problèmes qu'elle fit naître.

Pedro s'est invité dans le processus de recherche. Il comptait apprendre quels étaient les bons vins, et cette question l'a transformé en amateur de vin. Il a transformé une recherche en montrant notamment comment l'attention modifiait la co-présence du buveur et du vin. La recherche en action transforme les chercheurs, leurs théories et représentations ; tout comme Pedro voulait devenir un connaisseur des vins, elle transforme les acteurs et le monde aussi. Un point de vue positiviste objecterait que lorsqu'elle se veut descriptive, la recherche tente le plus possible de limiter ces transformations en s'efforçant de rester à distance, en dehors. Mais comme l'a montré B. Latour au travers des réseaux de métrologie empruntés par les « mobiles immuables », cette « distance » n'est pas une position de retrait, mais bien d'action, qui permet d'organiser des transformations considérables ensuite et ailleurs.

Le projet ADRaR invite à cette même opération, à agir et transformer, mais par une voie différente, locale, et non en milieu confiné de laboratoire, et en accompagnant une transformation pilotée par les acteurs. Quoique le projet soit attentif à respecter les arbitrages des acteurs, on peut objecter qu'il n'en est pas l'émanation.

Pour les acteurs ?

Que diable allait-elle faire dans cette galère ? Pourquoi faire faire attention et créer des difficultés, là où il n'y en a pas ? C'est en effet une des vertus de l'attention limitée envers la qualité : tout le monde est content et il n'y a pas de problèmes. On retrouve une version de ce point de vue dans le rejet de la colonisation : pourquoi les européens sont-ils allés essaimer les marchés, la concurrence et leurs maladies chez les indigènes

³ Ces cahiers des charges doivent être souples, adaptables, hiérarchisés pour permettre des changements progressifs et adaptés aux faibles budgets.

qui vivaient heureux, détruisant au passage leurs cultures fragiles ? Faut-il cloisonner le monde pour en limiter les échanges qui en accélèrent la transformation ? Faut-il au contraire chercher à donner les moyens aux paysans de participer aux orientations de ce changement ?

De plus, n'est-il pas un peu naïf ou tout aussi arbitraire, de penser que tout le monde, surtout les « indigènes », est heureux dans le meilleur des mondes ? On peut rattacher la croissance de l'exode rural à la pression exercée par l'intensification agricole sur les prix et les revenus des paysans. Ceux-ci désertent en nombre des terres qui ne les font plus vivre. Les banlieues de Tanger colonisent et contaminent les plaines agricoles environnantes, repoussant les terres cultivées toujours plus loin, vers des zones moins habitables souvent. On peut en conclure qu'il s'agit là d'un moyen de régulation et d'adaptation à au changement perpétuel du monde ; mais ces paysans n'ont pas pris part aux orientations agricoles qu'ils subissent et ce peut être une juste retour des choses que de tenter de leur redonner la main. Dans la mesure où ces orientations agricoles sont largement inspirées par les anciens pays colonisateurs, le projet ADRaR n'apporte pas qu'une éventuelle préoccupation extérieure source de problèmes et tout autant des ressources pour s'opposer aux effets de la supposée « domination » Nord Sud.

Une recherche « engagée » dans l'action

On peut me reprocher de m'être trop engagée auprès des acteurs. Comme toute recherche dite appliquée ou recherche action, ce dispositif rapproche la science des acteurs. Mais quelle est la différence avec « l'engagement » ? L'impératif de dégageant et de neutralité est indissociable d'une approche positiviste de la connaissance et impossible dès lors que les innovations ou les techniques qui sont produites dans l'activité scientifique viennent transformer le monde dans lequel nous vivons et demandent à faire l'objet de choix politiques. Le développement rural et le choix qu'il ouvre entre le pilier 1 ou le pilier 2, l'agriculture dite « intensive »⁴ ou « extensive », en fait partie. Il est impossible de rester neutre lorsque l'on discute de « bonnes » pratiques agricoles, car l'évaluation des pratiques fait un choix ou un compromis particulier entre les deux. ADRaR fait naître l'attention ; la boutique fait des choix de produits, mais ne les impose pas ; en revanche les problèmes qui surgissent appellent des solutions qui impliquent des choix de « bonnes » pratiques ; c'est là que la recherche informe, anime la réflexion, mais ne décide pas à la place des acteurs. L'engagement de la recherche dans le projet ADRaR n'est donc pas un simple engagement pour ou contre l'agriculture intensive ou extensive. C'est plutôt un engagement à aider les acteurs à préciser ce que la durabilité de l'agriculture peut et doit être, dans la région du monde où ils vivent.

Bonnes représentations et bonnes pratiques

La recherche positiviste s'intéresse aux descriptions « vraies » de la nature ; le projet ADRaR travaille sur les « bonnes pratiques ». N'est-ce pas une façon de faire entrer par la fenêtre ce que l'on a fait sortir par la porte ? Toute activité réfléchie se dote d'une finalité qui fait l'objet de discussions critiques. C'est le cas de la recherche positiviste et de la « vérité » des faits. Le projet ADRaR se dote d'une autre finalité elle aussi soumise à

⁴ Cette forme d'agriculture n'est pas seulement intensive du point de vue de l'exploitation des terres, elle l'est aussi en capital, en ressources, en connaissances et moins en main d'œuvre. L'agriculture extensive est intensive de connaissances et main d'œuvre, elle est moins en capital, ressources et moins productive à l'hectare, au moins à court terme.

discussion, l'avènement d'un « développement durable » qui requiert d'orienter l'action et donc de faire des choix de « bonnes » pratiques.

Les cahiers des charges de « bonnes pratiques » issus de la recherche appliquée font l'objet de nombreuses critiques ; les critères utilisés par les chercheurs pour hiérarchiser les performances et faire des choix de techniques culturales par exemple, sont contestés et animent des débats considérables entre les acteurs du monde agricole. Des acteurs et des scientifiques marginaux ont développé de nouvelles théories de la croissance et des soins à apporter aux plantes cultivées notamment, contestant le monopole de la « science agronomique ». Des cahiers des charges alternatifs sont apparus avec la reconnaissance de l'agriculture biologique notamment. Le projet ADRaR ne privilégie pas de « bonne » théorie de l'agriculture, et les critères pertinents sont à choisir, voire à périmier. Le choix des « bonnes pratiques » qui orientent l'avenir doit faire l'objet d'un choix ; il est encadré par le projet. L'autre point important consiste dans la souplesse, la gradualité et le caractère révisable des cahiers des charges. Pour orienter l'avenir, il faut pouvoir, autant que faire se peut, « essayer » des pistes, revenir en arrière, mais aussi approfondir des voies.

Engagé, mais on l'est forcément dès lors que l'on abandonne l'idée d'un monde duquel on parvient à être en retrait, ce qui est le cas pour les sciences sociales. Cependant, ces dernières distinguent entre un engagement intellectuel « gratuit » envers des théories révisables à peu de frais qui ne font que « décrire » des situations et des problèmes et un engagement dans l'action, qui lui l'est moins. Ces deux engagements restent cependant liés à une certaine idée de la « vérité » du monde que le projet ADRaR délaisse pour une vision plus pragmatique, où l'important n'est pas qu'une représentation soit vraie, mais qu'une action soit « bonne ». L'important est alors de veiller à ce que ceux qui en décident soient les personnes concernées et attentives aux questions qu'elle pose.

La recherche deviendrait-elle politique ?

La recherche a toujours fait de la politique dans la mesure où elle participait à la définition des orientations à choisir et à l'instruction des choix. La recherche pragmatique issue des travaux de J. Dewey poursuit différemment ce travail en remettant le travail de définition des orientations et d'instruction des choix entre les mains des publics concernés.

Le projet ADRaR s'inscrit dans cette voie et utilise le marché pour mobiliser et délimiter les publics concernés, ce qui fait de la boutique un instrument crucial du projet. C'est en effet grâce à l'équipe de volontaires qui animent la boutique et aux clients qui la visitent et y font leurs achats qu'une boucle réflexive d'expérimentation⁵ peut être mise en place. Cette « expérimentation » désigne une action collective réfléchie, dont les orientations sont décidées non par la « nature » comme le recherchent les dites « sciences expérimentales », mais par les acteurs et avec elle. Mais bien sûr, tout cela n'est finalement possible que parce que, comme Pedro, des acteurs s'intéressent, chacun à leur manière, aux enjeux du développement durable de la région. C'est la raison d'être du dispositif « boutique » dans le projet.

5

Pourquoi résister à « assumer » l'objectif ou la « normativité » du dispositif ? (zjut à la suite du séminaire)

Tout dispositif d'expérimentation cherche à produire des effets avec une certaine visée. Celui-ci comme les autres.

L'objectif premier du dispositif est de produire de l'attention. Cette attention est directement liée à une attention envers l'alimentation et une décision sur l'agriculture. On a donc un dispositif qui est aussi un dispositif d'empowerment des gens dont il modifie le pouvoir décisionnaire sur l'avenir de l'agriculture.

Mais c'est un dispositif expérimental, ce qui signifie qu'il doit être « réversible », léger, il doit se contrôler et contrôler ses effets, être réorientable très facilement surtout si cet objectif corollaire devait néfaste.

Le fonctionnement, je vais vous faire faire attention, et surveiller ce que cela fait naître comme problèmes et transformations est sous vigilance.

Cet objectif n'est donc pas gravé dans le marbre. C'est un objectif de départ révisable, pas aussi assumé que le premier. Je le supporte tant qu'il n'est pas ennuyeux, mais il doit rester sous perpétuelle vigilance.

Pourtant je « vends » bien un dispositif d'empowerment aux fondations qui pourraient le financer. Il faut surveiller la modestie du dispositif. C'est cela qui m'importe.