



HAL
open science

La qualification des produits artisanaux: du marché de proximité à l'échange à distance

Emmanuelle Cheyns

► **To cite this version:**

Emmanuelle Cheyns. La qualification des produits artisanaux: du marché de proximité à l'échange à distance: Le soubala au Burkina Faso. Systèmes agro-alimentaires localisés: Terroirs, savoir-faire, innovations, 32, INRA, 216 p., 2001, Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement, 2-7380-1015-6. hal-02829072

HAL Id: hal-02829072

<https://hal.inrae.fr/hal-02829072>

Submitted on 7 Jun 2020

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.

La qualification des produits artisanaux : du marché de proximité à l'échange à distance

Le soubala au Burkina Faso

Emmanuelle CHEYNS

CIRAD - 01 BP 6483 - Abidjan 01 - Côte d'Ivoire
emmanuelle.cheyns@cirad.fr - Tél. (225) 20 22 80 57 / 20 22 18 69 – Fax. (225) 20 21 43 68

Résumé

La prédominance d'un système de production artisanal et informel et l'accroissement rapide des populations urbaines en Afrique sub-saharienne conduisent à une volonté d'amélioration de la qualité des produits alimentaires via un système de normalisation et de standardisation des procédés. Pourtant, notre étude des dispositifs de qualification d'un produit artisanal, le *soubala*, dans différentes situations d'échange, montre la diversité des ressources locales engagées dans la construction de la qualité : l'âge de la préparatrice, son nom, son origine géographique, sa réputation, etc., sont autant d'éléments qui caractérisent le *soubala* à côté d'autres objets relevant d'une normalisation industrielle. Vendeurs et acheteurs doivent donc trouver un accord sur les éléments qui concourent à la construction de la qualité du produit. Cette étude montre également que les conditions d'échange à distance ou sur des marchés anonymes, qui s'étendent avec l'urbanisation, ne permettent pas d'établir un accord sur la qualité de ces produits dont la production engage des ressources fortement personnifiées. Des initiatives locales telles que la stabilisation du *soubala* par des procédés industriels permettent de dépasser ces difficultés. Elles conduisent cependant à une formalisation de l'information et à une modification de la nature du produit, qui se trouve en partie détaché de son ancrage territorial.

Mots-clés : construction de la qualité - ressources locales - Economie des conventions - alimentation urbaine - *soubala* - Burkina Faso.

Abstract

From proximity markets to distant exchanges. The resources invested in defining Soubala quality in Burkina Faso. In sub-Saharan Africa, predominance of informal and artisanal production systems coupled with rapid growth of urban populations have induced governments to seek to improve the quality of food products through a system of norms and standardisation of processes. Yet our study of the systems that define the quality of soubala, an artisanal food product, in a variety of exchange conditions has shown that a diversity of local resources are involved in the construction of soubala quality: the age of the preparer, her name, her geographic origin, her reputation etc., all go to characterising soubala, besides other features linked to industrial norms. In such a situation, sellers and buyers must therefore come to an agreement on the features that participate in the construction of the product quality. The study also shows that under conditions of distant exchange or of anonymous markets, there can be no such agreements on the product quality whose production rests on strongly personalised resources. Local initiatives such as stabilisation of soubala through industrial procedures may help overcome these difficulties. But they lead to formalisation of information and change the nature of the product, which is thus partly dissociated from its territorial anchoring.

Keywords: construction of quality - local resources - économie des conventions - urban food - *soubala* - Burkina Faso

Introduction

L'amélioration des conditions de production et de distribution des produits artisanaux¹ en Afrique sub-saharienne se traduit, le plus souvent, par des politiques de standardisation : industrialisation des procédés locaux de transformation, mise en place d'un cadre législatif de répression des fraudes, de contrôle et de normalisation. Ces orientations sont basées sur une volonté de fournir sur les marchés des produits plus rapides ou plus commodes d'utilisation, sains et hygiéniques, mais de fait plus standards. Pourtant, la définition de la qualité des produits, ou ce qui constitue une norme de qualité pour le consommateur, n'accompagne pas toujours les dynamiques de standardisation. Ici comme ailleurs, la qualité ne devient objective qu'à l'issue d'un processus de qualification ; elle suppose un accord sur les « repères » qui constituent la norme. Ce travail engage une première hypothèse selon laquelle ces repères peuvent prendre différentes formes. L'étude de « l'objectivation » de la qualité s'ouvre alors à une « variété des normalités » (Thévenot, 1997), qui ne s'inscrivent pas uniquement dans des standards formalisés.

L'étude présentée dans cet article s'inscrit dans une analyse des dispositifs institutionnels caractérisant le champ de la régulation de la qualité sur les marchés urbains en Afrique. Elle est basée sur une analyse conventionnaliste² et sur le principe d'une pluralité de « dispositifs » stabilisateurs du jugement rattachés à différentes « grandeurs » (Boltanski & Thévenot, 1991). Les formes d'accord (sur la qualité) auxquelles

recourent les acteurs sont plurielles. Elles se construisent sur une diversité de « ressources » qui peuvent être autres que « standards » ou « marchandes », et qui interviennent justement, comme nous le verrons, dans les dispositifs locaux de qualification. Les ressources investies dans la qualification des produits sont analysées comme des « conventions de qualité » (Eymard-Duvernay, 1989 ; 1994), qui permettent de réduire l'incertitude sur la qualité des produits. Ces orientations théoriques nous ont amené à envisager un dispositif de recueil de l'information le plus varié possible, reconnaissant le principe de l'existence d'une « pluralité des formats de l'information » (Thévenot, 1997) dans le processus de qualification des produits³.

En complément de cette recherche sur la « nature » de l'information, nous avons utilisé une grille de lecture définie par P.Y. Gomez (1994) qui propose d'observer deux types de conventions : celle dite de « qualification » qui permet de « déterminer la qualité lors de l'échange, en émettant une information sur les pouvoirs de qualifier qu'il s'agit d'attendre des professionnels d'une part, des clients de l'autre », et celle de « l'effort » qui détermine « la qualité du travail, en émettant une information sur les règles établissant l'implication de l'agent dans le groupe ». Ces deux conventions sont analysées sous l'angle de leur « énoncé » (ce que résout la convention) et de leur « dispositif matériel » c'est-à-dire la manière dont est véhiculée l'information (types de contacts entre les partenaires de la transaction, types de négociation, etc.). Cette prise en compte du dispositif attaché à l'offre des produits s'inscrit en cohérence avec les travaux conventionnalistes, qui ont montré le rôle que jouaient les caractéristiques techniques et organisationnelles de l'offre dans l'établissement de la qualité (Sylvander, 1992 ; Salais, 1994 ; Eymard-Duvernay, 1994).

L'analyse permet ensuite de se pencher sur la cohérence ou au contraire sur les tensions

¹ Le secteur artisanal assure l'essentiel de la distribution alimentaire urbaine : céréales, tubercules, fruits et légumes, produits locaux transformés, vente au détail de produits industriels (concentré de tomate, huile, sucre, etc.). Au Burkina Faso, les dernières enquêtes budget-consommation menées auprès des ménages de Ouagadougou indiquaient que 43 % des dépenses alimentaires concernent des produits artisanaux transformés (plats préparés, viandes, poissons, pâte d'arachide, beurre de karité, *soumbala*, levure, feuilles séchées, etc.). Synthèse réalisée à partir de données tirées dans Thiombiano *et al.* (1984) et Delgado *et al.* (1988).

² Voir le numéro spécial de la Revue Economique de mars 1989 pour une introduction détaillée.

³ Différents formats par exemple entre l'information qui est normalisée, standardisée, formelle et celle inscrite dans « des repères perceptifs » déposés au cours d'une « familiarisation avec l'entourage » (Thévenot, 1997).

entre les différentes ressources qui caractérisent une convention, mais aussi entre la convention de qualification qui porte sur l'échange et la convention d'effort qui porte sur le travail.

L'étude de cas ici présentée⁴ s'inspire de travaux antérieurs⁵ sur la construction de la qualité des produits alimentaires dans une ville du Sahel, Ouagadougou⁶. Elle concerne les dispositifs de qualification d'un conditionnement de sauce africain, le *soumbala*. Ce produit, qui est largement consommé en Afrique sahélienne depuis longue date, est obtenu à partir de graines de « néré »⁷ par des procédés artisanaux (incluant notamment une fermentation de plusieurs jours) et caractérisé par des spécificités territoriales. Il est particulièrement révélateur des tensions qui prennent forme lors de la qualification des produits artisanaux sur les marchés urbains. Marqué par une forte variabilité de ses caractéristiques liée à une personnalisation de sa production, la qualification du *soumbala* peut nécessiter des repérages de proximité, vis-à-vis du produit et entre les personnes, rendus difficiles par les conditions physiques de l'échange urbain.

Nous identifierons différentes formes d'accord et de désaccord sur la qualité à travers 3 types d'échange : (i) l'approvisionnement au village, (ii) l'approvisionnement auprès d'une vendeuse particulière et régulière à Ouagadougou et (iii) le ravitaillement sur un marché « anonyme ». Dans le premier cas, l'approvisionnement au village permet un règlement de la qualité du *soumbala* par

une épreuve « domestique »⁸, entre gens de même appartenance. C'est dans cet échange que se manifeste le plus fortement la spécificité territoriale du *soumbala*. Dans le deuxième cas, la fidélisation auprès d'une vendeuse établit, en milieu urbain, une proximité sociale entre acheteur et vendeur, et permet un repérage des conditions de production. Par contre, dans le troisième cas, l'absence de visibilité des conditions de production et le caractère impersonnel de l'échange rendent difficile l'accord sur une qualité et laissent place à la suspicion.

La mise en marché d'un *soumbala* « stabilisé » (le « *soumbala-cube* ») constitue une innovation qui permet de dépasser les tensions observées sur un marché anonyme en rendant possible « l'échange à distance » mais en modifiant la nature du produit.

1. La personnalisation de l'échange

Le *soumbala* est un produit artisanal, étroitement lié aux compétences de l'artisan, caractérisé par une grande variabilité d'un produit à l'autre, et souvent défini par un ancrage « local ».

Les pratiques d'approvisionnement au village ou de fidélisation chez une vendeuse particulière sont fréquentes et guidées par la recherche d'un produit de qualité, la qualité étant ici référencée au local. Dans les deux cas, la proximité entre les partenaires de la transaction est au cœur du dispositif de qualification. Cela dit, ces deux formes d'échange se distinguent par la nature des

⁴ Les résultats présentés sont issus d'une enquête auprès d'un échantillon de 119 ménages (tirage aléatoire sur un choix raisonné de 7 quartiers), d'entretiens individuels, de « causeries », d'observation (accompagnement des ménagères au marché ou au cours des préparations des repas, etc.), d'enregistrements audio des négociations entre vendeurs et acheteurs, etc.

⁵ Etudes menées entre 1994 et 1996 dans le cadre d'une thèse réalisée au Cirad, en collaboration avec des chercheurs du CNRST (Centre National de Recherche Scientifique et Technologique) et de la FLASHS (Faculté des Lettres, des Arts et des Sciences Humaines et Sociales) à Ouagadougou.

⁶ Capitale du Burkina Faso, Afrique de l'Ouest.

⁷ Le néré est une légumineuse, *Parkia biglobosa*.

⁸ Dans le texte, les termes « domestique », « civique », « industriel », « marchand », « de l'opinion » sont utilisés en référence aux Economies de la grandeur (Boltanski & Thévenot, 1991).

Le monde domestique « apparaît chaque fois que la recherche de ce qui est juste met l'accent sur les relations personnelles entre les gens ». La forme d'équivalence domestique fait référence à un ordre temporel de l'origine (la tradition), à un ordre spatial de la proximité (domaine, voisinage, etc.) et à la personnalisation des ressources. La personne individuelle ne peut être dissociée de son appartenance à un corps, à une famille, à une lignée, à une « maison » (définie comme « le territoire dans lequel s'inscrit la relation de dépendance domestique ») et sa position est définie par une hiérarchie de « maison ».

liens et l'objet de qualification diffère légèrement.

1.1. Critères de qualité du *soumbala* chez les consommateurs urbains

Le procédé de fabrication comporte plusieurs étapes qui nécessitent un savoir-faire et des soins importants, et que chaque préparatrice réalise avec des variantes. Par conséquent, la qualité du produit fini est variable d'une fabricante à une autre et, pour une même préparatrice, d'un lot à un autre. On trouve ainsi, sur les marchés, des *soumbalas* plus ou moins secs, de couleur plus ou moins noire-brune, d'odeur plus ou moins prononcée, de texture plus ou moins pâteuse, sous forme de boules plus ou moins grosses. L'étape de fermentation est particulièrement importante. Son bon déroulement conditionne largement l'obtention d'un produit fini de qualité⁹. L'expression « le *soumbala* dépend de la main » [*Kolgh songa bee nan soba nunga*]¹⁰ exprime le caractère de variabilité, ou encore de différenciation des produits lié aux compétences de l'artisane.

Mais surtout, les consommateurs relèvent des spécificités de fabrication « régionales ». C'est le premier critère de différenciation des *soumbalas* qui est cité par les consommateurs (43 % des cas)¹¹. Ainsi, le *soumbala des Bissas* se distingue du *soumbala des Mossis* ou encore de celui des *Sénoufos*. Ces particularités sont au cœur d'une distinction géo-culturelle qui renvoie à des régions géographiques et à des spécificités ethniques.

⁹ Plusieurs paramètres influent en effet sur les conditions de fermentation et l'obtention du goût, de l'odeur et de la texture recherchée : la teneur en eau des amandes, la durée de la ou des cuissons préalables, la température ambiante et l'hygrométrie de l'air.

¹⁰ *Kolgho* : *soumbala* ; *songa* : bien (de *soma*) ; *soba* : celui qui ; *nunga* : main (traduction mooré). Tiré d'un entretien avec une femme de Ouagadougou.

¹¹ A la question « existe-t-il différents types de *soumbala* », 60 % des ménagères ont répondu « oui ». Parmi elles, à la question suivante « lequel est meilleur », 43 % font référence à une origine géo-culturelle (région géographique associée à une ethnie).

Encore largement consommé en milieu urbain¹², le *soumbala* reste un produit très apprécié des consommateurs. Il agrémente les plats et est reconnu pour ses vertus nutritives (« le *soumbala* donne la force ») et thérapeutiques. Il est également perçu comme un héritage, soulignant l'ancrage domestique de ce produit : « c'est ce que nos parents consommaient ».

En dehors de ces critères, les consommateurs rattachent la qualité du *soumbala* au soin apporté à la préparation, à la nature des matières premières utilisées (néré, oseille, soja, etc.) ou à ses caractéristiques *hygiéniques et sanitaires*¹³. Dans quelques cas, nous avons aussi noté une demande pour des *soumbalas* dont l'odeur¹⁴ est moins prononcée.

1.2. La qualification territoriale « au village », chez une « vieille » ou chez une préparatrice de même origine

Si la quasi-totalité des ménages interrogés s'approvisionne en *soumbala* dans la ville de Ouagadougou, 54 % d'entre eux s'approvisionnent parallèlement « au village »¹⁵. Cette pratique est toujours justifiée par une exigence de qualité du produit. Le « *soumbala du village* » est préféré à « celui de Ouagadougou » par 58 % des ménagères interrogées¹⁶. Celles-ci déclarent que le *soumbala* du village est « du bon *soumbala* », « bien fait », « plus propre », « mieux préparé », « meilleur », « bien cuit », « mieux fermenté », etc. Et c'est d'abord le village d'origine du consommateur qui est cité comme référence pour établir sa qualité.

¹² Il est consommé par 96 % des ménages interrogés et de façon régulière : 55 % en consomment tous les jours et 23 % tous les deux jours (enquête sur 119 ménages).

¹³ Sur ce dernier point, la présence de résidus de sables (qui a servi au décorticage des graines et doit être éliminé par lavage) est particulièrement critiquée.

¹⁴ Issu d'une fermentation, le *soumbala* a une odeur très forte.

¹⁵ De façon exclusive dans 7 % des cas seulement.

¹⁶ Et 35 % n'ont pas de préférence entre les deux (parmi les consommateurs qui s'approvisionnent et au village et à Ouagadougou).

Des remarques similaires sont faites à l'égard de certaines préparatrices, cette fois-ci à Ouagadougou, mais présentées comme étant des « vieilles du quartier » ou des préparatrices de même ethnie que l'acheteur.

Ressources engagées dans les systèmes de production

Un aperçu des ressources engagées dans les processus de fabrication du *soubala* permet de mieux comprendre en quoi la qualification de ce produit (ou la question de l'accord sur la qualité) privilégie la proximité entre les personnes.

Les processus de fabrication du *soubala* sont caractérisés par l'engagement de ressources « domestiques » ou personnifiées (Boltanski & Thévenot, 1991) qui se révèle dans leur mise en œuvre et leur transmission. Ces ressources sont définies par une équivalence temporelle qui s'exprime par référence à la tradition, par une proximité spatiale ou locale et par une autorité hiérarchique.

L'apprentissage est encore le plus souvent assuré par « imprégnation » (Chamoux, 1982) auprès des « mamans ». Il se construit sur des lieux domestiques, et est intériorisé comme un processus naturel et générationnel. : « je suis née-trouver¹⁷ que mes mamans faisaient ça », « ce que les ancêtres leur ont montré, c'est ce que nos mères nous ont montré également » (préparatrices de *soubala*). Des règles collectives locales définissent la reconnaissance des préparatrices, le droit et les formes de l'apprentissage.

Parallèlement, on note une forte proximité spatiale entre les personnes, un ancrage à un lieu de référence, une famille, un village ou un groupe géo-culturel. Sur ce dernier point, l'étude comparée des chaînes opératoires de fabrication du *soubala* dans différentes régions indique une spécificité géo-culturelle des matières (type de néré, produits ajoutés), des outils (types de couscoussières, marmites, paniers de fermentation, etc.) et des procédés (temps de fermentation, de cuisson, etc.) - (Sawadogo &

Ouédraogo, 1996). Ainsi, les *soumbalas* produits par les Sénoufos et les Bissas ont la particularité d'être composés d'amandes de néré entièrement broyées, alors que le *soubala* produit par les Mossis est préparé à partir d'amandes entières. Certaines pratiques de préparation sont reconnues spécifiques à certains territoires : l'utilisation de récipients en terre pour la fermentation est, par exemple, propre aux Sénoufos. Dans la province du Sanguié, chez les Gourounsis, la fermentation s'effectue sur le toit des maisons et les amandes sont recouvertes de cendre, de feuilles et de paille. Au sein de ces « territoires », des groupes d'acteurs partagent des pratiques et des savoir-faire communs et spécifiques ; ils participent à ce que Veltz (cité par Allaire & Sylvander, 1995) appelle la « construction permanente de ressources-compétences spécifiques ». Ce sont justement ces compétences spécifiques que les consommateurs identifient quasi-immédiatement lors de l'approvisionnement « au village ».

Règlement de la qualité

L'approvisionnement en « *soubala* du village » se traduit par un échange entre personnes de même origine, qui partagent un héritage commun et des normes communes de production de la qualité. La question de la qualité est réglée par une sorte de « proximité mentale » définie comme « celle des savoir-faire et des connaissances partagées d'un groupe ethnique, professionnel, religieux, de ceux ayant une éthique ou une idéologie commune » (Servet, 1994).

Par ailleurs, l'appartenance à une même communauté garantit le respect et la loyauté dans les transactions, en faisant jouer les liens de droits et d'obligations entre gens de même communauté, de même éducation ; « les risques encourus sont moindres et le degré de confiance d'autant plus élevé » (*idem*)¹⁸.

Dans l'approvisionnement au village, la qualité du produit n'est pas questionnée. La négociation marchande est absente et le coût des produits est secondaire dans la transaction. La plupart des approvisionnements en

¹⁷ *Doghem-mikri* (en *mooré*) : « naître et s'apercevoir qu'on fait ainsi », coutumes (dictionnaire R. Alexandre, 1953).

¹⁸ Voir aussi A. Orléan, 1994.

soumbala sont d'ailleurs l'objet de dons (60 %). Le produit est identifié à et par la personne qui le vend, si bien qu'il n'y a pas lieu de le définir (de Sainte Marie *et al.*, 1994).

L'approvisionnement auprès de préparatrices à Ouagadougou « de même ethnique » que l'acheteur relève du même type d'échange. Les « objets » mobilisés dans le processus de reconnaissance mutuelle dans la grandeur « domestique » sont la langue parlée, l'apparence (toute marque physique ou de vêtement qui peut signifier l'origine territoriale des partenaires), le nom, le surnom, l'âge, etc.

Quant aux « vieilles », les consommateurs soulignent le savoir et l'expérience acquise par l'ancienneté mais aussi l'intégrité technique et économique de ces femmes¹⁹.

Les « vieilles » préparatrices apparaissent au-dessus de l'appât de gains qui biaise l'éthique d'une offre saine de produits : « *les vieilles ne cherchent plus à faire fortune* ». Au dessus des visées lucratives, elles ne sont pas conduites à réaliser des productions en grande série (et donc moins dédiées) ou à accélérer les processus de production pour « gagner plus » au détriment de la qualité²⁰ : « *Quand la force finit (quand on vieillit), le travail devient plus joli, car elle va bien prendre le temps pour bien faire* » (préparatrice de *soumbala*). La qualité du travail, et donc du produit fini, est ici associée à la notion de « désintéressement »²¹ et d'effort basé sur la patience (au lieu du profit immédiat) qui conduit à une production dédiée.

Au village, au statut de l'âge, s'ajoute la reconnaissance par le groupe social, sur la base d'une pratique quotidienne.

¹⁹ Chez les Mossis (groupe majoritaire au Burkina Faso et à Ouagadougou), le *Nikiéma* (vieux, vieillard) représente une figure de « l'homme éduqué, l'homme achevé (...) la personne la plus grande, la plus importante », après peut-être les ancêtres à travers le *rogemmiki* (la tradition), modèle de référence absolu auquel tout individu est censé se soumettre (Badini, 1994).

²⁰ Nous verrons que la recherche de gain de temps dans la préparation conduit à une dénonciation de la qualité par les consommateurs.

²¹ Dans le sens défini et utilisé par Karpik (1989).

1.3. La vente fidélisée en ville

Une autre forme d'achat qui permet de régler la qualification du *soumbala* se traduit par une fidélisation des partenaires de l'échange. Ainsi, 30 % des ménagères sont fidélisées auprès d'une préparatrice particulière à Ouagadougou. Celle-ci n'est pas nécessairement une personne de même origine territoriale. Les « vendeuses particulières » sont localement appelées les *raadangas*²².

Cela dit, dans ce type d'échange, la qualification du produit ne porte plus spécifiquement sur la nature territoriale du produit. Au moment de leurs achats de *soumbala* à Ouagadougou, 40 % des consommatrices ne connaissent pas l'origine du *soumbala* qu'elles achètent, 51 % l'assimilent à du *soumbala* « ouagalais » ou « mossi » ; 8 % seulement déclarent acheter du *soumbala* d'origine spécifique non-mossi.

La fidélisation permet ici de garantir des caractéristiques organoleptiques particulières et régulières, mais non basées sur une construction territoriale géo-culturelle telle que définie plus haut. Elle garantit aussi des caractéristiques hygiéniques et sanitaires qui incluent des notions de propreté lors de la production et de la vente : élimination consciencieuse des grains de sable et des impuretés, non-utilisation de produits chimiques pour accélérer la production, etc.

Les *raadangas*, généralement « spécialisées » dans la vente de ce produit, sont localisées au marché ou à leur domicile ; dans ce dernier cas le consommateur vient directement s'approvisionner chez la préparatrice.

La fidélisation est le résultat d'un processus d'engagement tacite qui se crée au fur et à mesure de la répétition et de la durée des échanges. Elle se traduit par l'émergence

²² Transcription francisée d'un terme mooré : *d-da* ou *r-da* (pl. *d-dba* ou *r-dba*), qui signifie « acheteur », « acquéreur », ou *r-dgha* : « qui s'achète » (dictionnaire français-mooré : Alexandre, 1953). Mais en fait les clients utilisent ce terme pour désigner le vendeur auquel ils sont fidèles. Ce deuxième sens se retrouve dans l'interpellation des clientes par les vendeurs sur les marchés pour amener les clientes à leur étal : « *Maam r-da* » (« ma cliente »). Les clientes surnomment ainsi leur vendeur particulier « leur *raadanga* ».

d'une proximité sociale entre les partenaires de l'échange. La fidélisation et l'ancienneté de la relation deviennent, dans ce lien social créé, des critères qui fondent la confiance.

Les ressources engagées dans l'échange sont largement « domestiques » : respect, salutations, engagement moral, entraide et/ou arrangements en cas de difficultés financières, etc. Mais non exclusivement. A l'inverse du cas précédent, la « négociation marchande » et « l'expertise »²³ y trouvent leur place. Par ailleurs les relations entre la cliente et son *raadanga* ne sont plus fondées sur une autorité ou un lien génésique ou familial.

La confiance sur la qualité du produit, moins implicite que dans l'échange intra-communautaire, se traduit en effet par l'introduction de l'expertise. L'acheteur peut, s'il le souhaite, se rendre sur les lieux de production et observer les pratiques de l'artisan. De même il peut, lors de certains achats, faire des remarques sur la qualité du produit, l'évaluer par le toucher, l'odorat, etc²⁴. Dans ce cas, on observe un ajustement de l'information sur la qualité entre l'acheteur et le vendeur. Cet ajustement ne survient pas systématiquement pour chaque échange, mais peut être fortuit. Parallèlement, l'allégement des relations « domestiques » permet l'expression de la négociation marchande, c'est-à-dire sur le prix.

Ces deux formes, expertise et négociation du prix, étaient absentes dans le cas d'échange précédent. Elles font ici leur apparition, mais de façon très estompée par rapport à l'échange purement « marchand » (atomisation et interchangeabilité des vendeurs sur un marché anonyme)²⁵.

Ces deux dispositifs de qualification du *soubala* que nous venons de décrire

²³ Voir notamment Bessy & Chateauraynaud, 1993 ; Geertz, 1978.

²⁴ Une attention particulière a été portée sur les procédures de qualification « directes » du produit, qui mobilisent les corps dans une évaluation sensorielle du produit (Bricas & Cheyns, 1995).

²⁵ Dans les situations d'échange marchand que nous avons observées pour d'autres produits (achats de poissons fumés en détail au marché), la négociation sur le prix (en fait sur la quantité) est plus systématique et largement admise, et l'expertise quasiment le seul moyen d'évaluer la qualité.

reposent sur ce que Conein et Thévenot (1997) appellent des « engagements de proximité » entre les personnes et avec les choses. Ces engagements sont basés sur des ressources et une connaissance essentiellement domestique, où les usagers reconnaissent la nature personnalisée de la transaction, non détachée des personnes ni des procédés de fabrication.

Les dénonciations sur la qualité dans des conditions d'échange qui se rapprochent d'un marché anonyme et qui ne permettent pas la construction de repères personnalisés, vont conforter cette idée.

2. L'épreuve marchande : tensions sur un marché anonyme, défaut d'objectivité et suspicions

Sur des marchés « anonymes » la qualification du *soubala* pose problème. Les vendeuses ou préparatrices-vendeuses sont suspectées de « fraudes », de malfaçon et tromperies : modification des chaînes opératoires en vue de gains de temps et d'argent (diminution du temps de cuisson ou de fermentation), modification des matières premières utilisées (adjonction, substitutions), tromperies sur la nature ou l'origine même du produit.

« Certaines femmes truquent le soubala. Nous on sait comment les gens de Bobo font leur soubala. Quand c'est prêt, elles écrasent et font la boule. Or beaucoup de femmes savent que les gens préfèrent le soubala de Bobo. Elles font le soubala d'ici (de Ouaga), elles vont piler et refaire la boule. Ensuite elles disent que c'est le soubala de Bobo. Si tu ne reconnais pas bien, tu vas acheter. Tu vas « préparer » et te rendre compte que ce n'est pas le soubala de Bobo » (consommatrice, Ouagadougou).

Les consommateurs leur reprochent aussi le manque de soin, les mauvaises conditions hygiéniques de préparation ou de vente, enfin, le manque de savoir-faire.

Cette dénonciation de la qualité du *soubala* apparaît comme un fait essentiellement urbain. *« C'est surtout en ville que le problème*

	Au village	Sur les marchés urbains (hors fidélisation)
Principe supérieur <i>Compétence attendue</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Compétence reconnue aux préparatrices • La professionnelle est « maître de la qualité » • Confiance (savoir-faire, savoir-être). 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualification par le client : expertise • Existence de vendeuses et préparatrices incompetentes • Il faut sélectionner les « bons produits ».
Sanction <i>Conditions d'adhésion et d'exclusion des offreurs sur le marché</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Entrée et exclusion codifiées et gérées par le groupe communautaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Exclusion faible du fait d'une demande à faible pouvoir d'achat notamment
Contacts <i>entre offreurs et clients</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Vente directe entre connaissances « communautaires » 	<ul style="list-style-type: none"> • Vente indirecte • Anonymat relatif
Négociation explicite	<ul style="list-style-type: none"> • Absente 	<ul style="list-style-type: none"> • Marchandage • Les vendeuses sont interchangeables
Collusion des négociations	<ul style="list-style-type: none"> • Collusion forte • Qualification non bilatérale mais globale 	<ul style="list-style-type: none"> • Marché non collusif • Négociations usuelles • Vendeuses en compétition

Tableau 1. « Conventions de qualification » du *soumbala*

	Au village	Préparatrices urbaines Suspicion
Principe supérieur commun <i>Travail fondé sur :</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Appartenance communautaire • Hiérarchie communautaire • Apprentissage codifié 	<ul style="list-style-type: none"> • Profit • « Se débrouiller » pour améliorer les revenus • Vendre
Sanctions <i>Inclusion et exclusion au sein de l'unité de production</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Par la hiérarchie communautaire (ex : ancienneté) 	<ul style="list-style-type: none"> • Par le profit (mais ici le profit n'objective pas forcément l'effort)
Négociation <i>de l'effort des travailleurs</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Globale et complexe • Au-delà de l'unité de production 	<ul style="list-style-type: none"> • Interindividuelle (déconnectée de la communauté) • Atomisation des offreurs
Nature des barrières à l'entrée dans l'activité	<ul style="list-style-type: none"> • Domestiques (par l'apprentissage codifié notamment) 	<ul style="list-style-type: none"> • Marchandes (capacité de production)

Tableau 2. « Conventions d'effort » et suspicion dans la production du *soumbala*

de qualité se pose : les femmes y sont guidées par la recherche de profit, elles ne respectent rien ». Lors de l'enquête auprès de 119 ménages, 64 % des femmes interrogées ont posé le problème de la qualité des produits artisanaux (tels que le *soubala*) comme un fait spécifiquement urbain²⁶. Pour 90 % d'entre elles, cela est lié à la recherche de profit.

2.1. Dénonciation des conditions de l'échange

Les conditions de l'échange sur des marchés urbains sont différentes de celles qui permettent l'échange de proximité (Tableau 1).

La multiplication du nombre d'intermédiaires et la séparation des activités de production et de commerce conduisent sur ces marchés à l'éloignement du consommateur de la source de production.

« Vous voyez à Ouaga le commerce est difficile... Si c'est en zones rurales, on connaît les préparatrices de *soubala* qui sont en même temps les vendeuses. On sait qu'à unetelle, son travail c'est le *soubala*. Donc on peut repérer facilement la vendeuse réputée. Mais à Ouaga la vendeuse achète chez une autre vendeuse, et quand nous allons acheter, nous ne pouvons pas savoir » (consommatrice, Ouagadougou).

Les acheteurs perdent la trace du dispositif de production. Les vendeuses de *soubala* sur les marchés sont pour la plupart des revendeuses, dont les sources d'approvisionnement sont multiples (préparatrices de villages périurbains, de zones rurales diverses, ou de Ouagadougou). L'origine du *soubala* est parfois méconnue des vendeuses elles-mêmes. Le consommateur n'a pas accès aux informations relatives au lieu de production, à l'identification du producteur et surtout à l'évaluation de ses compétences.

Les conditions d'échange sont ainsi dénoncées : au marché « on ne sait pas qui est qui, qui fait quoi », alors qu'au village « tout le monde se connaît, tout le village sera informé (si

le produit n'est pas bon) », et « quand tu connais bien quelqu'un, la personne prend soin de faire bien pour toi ». D'une transaction personnalisée dans les deux cas précédents, les acteurs de l'échange sur les marchés sont confrontés à des transactions relativement anonymes (absence ou faiblesse des liens particuliers, des liens communautaires ou d'engagements par la fidélisation).

Par ailleurs, la facilité d'entrée des productrices urbaines dans ce secteur de transformation et de distribution conduit à une pléthore d'intervenants (et donc de produits) que le consommateur ne peut facilement qualifier. L'entrée en activité d'une productrice de *soubala* en ville est largement moins codifiée ou gérée par un groupe, comme c'est le cas au village ; elle n'apparaît pas forcément fondée sur une spécialisation ou un apprentissage des opérations techniques. Les consommateurs remettent en cause le savoir-faire des préparatrices urbaines : qui, en milieu urbain, assure la transmission des savoir-faire, alors que « toute femme peut se lever un jour et dire qu'elle va faire du *soubala* et puis le vendre »²⁷ ? Quelles ressources sont engagées dans les processus de production ? Qui en assure la mise en œuvre, la transmission ? L'activité n'apparaît plus fondée sur une compétence. Des femmes peuvent en effet « s'improviser » préparatrices-vendeuses de produits alimentaires sans avoir forcément intériorisé un savoir-faire domestique garant de certaines caractéristiques des produits telles que les spécificités territoriales. Le contexte économique qui conduit de plus en plus de femmes à exercer une activité complémentaire ou partielle dans l'artisanat alimentaire et qui s'est accru après la dévaluation du franc CFA, renforce cette dénonciation. L'entrée en activité dans ce sous-groupe marchand apparaît liée à des besoins monétaires. Elle n'est pas négociée de façon collective (ce qui peut favoriser l'acquisition de savoir-faire). Seuls, les besoins d'argent justifieraient les

²⁶ Question : « est-ce que les problèmes de qualité dont vous avez parlé se rencontrent plutôt en ville, plutôt au village, ou les deux » ? Réponse : « au village » : 3 %, « en ville » : 64 %, « les deux » : 33 %.

²⁷ Cette phrase s'oppose assez nettement au discours d'un forgeron : « si tu n'écoutes pas les pères et les anciens, tu ne peux pas voir les pierres. Tu passes à côté sans le savoir. Il faut que quelqu'un te dise : c'est ça ! Tu ne peux pas te lever seul et aller chercher les pierres du fer. Ta tête ne suffira pas. Il faut suivre celui qui est devant » (Martellini, 1996).

choix techniques de diminution des coûts réalisés.

Si la préparatrice « du village » est reconnue comme personne compétente, la compétence de l'offreur est remise en cause sur ces marchés anonymes en milieu urbain. Dans un tel contexte d'incertitude, la qualification requiert alors l'expertise de l'acheteur, qui devient « maître de la qualité » (Gomez, 1994). Les acheteurs doivent sélectionner les bons produits, sur un marché où les vendeuses sont interchangeable et où l'incertitude sur la qualité est forte.

2.2. Suspicion sur la légitimité et les conditions de production des préparatrices urbaines

La dépersonnalisation des conditions de l'échange et la perte de la trace du dispositif de production conduisent à une « suspicion » (Gomez, 1994) sur l'énoncé même de la « convention d'effort ». D'une forme de convention basée sur l'appartenance à une même communauté (typique dans une convention d'effort « au village »), la convention d'effort pour les produits de marchés urbains reposerait sur un principe de maximisation de profit. Cette convention s'exprime à travers la dénonciation, par les consommateurs de femmes « spécialisées » par rapport à un savoir-faire particulier. Les vendeuses et préparatrices seraient, en ville, de simples « commerçantes » à la recherche d'un profit (Tableau 2).

Les conditions de production et la légitimité de l'activité artisanale sont dénoncées. Les préparatrices et vendeuses urbaines sont perçues comme des « commerçantes », « pressées de gagner l'argent pour avoir un bénéfice », alors qu'« au village, elles n'ont pas cette idée de faire trop de sous, elles ne sont pas pressées pour faire ça à la va t'asseoir ».

Cette logique de profit les amènerait à opérer des « choix techniques » particuliers pour augmenter leurs gains, au détriment de la qualité, en diminuant le temps et les coûts de production.

Les consommatrices dénoncent la production « en grande série » ou « non dédiée » (au lieu d'une attention particulière et dédiée aux attentes de sa clientèle fidélisée) :

« A Ouaga, il y a beaucoup de demande, les femmes font ça pour vendre ... c'est mal fait, il y a beaucoup de sable. Alors qu'au village elles font ça pour vendre mais il y a moins de demande. Elles vont au marché une fois par semaine, et puis elles-mêmes elles mangent leur *soumbala* ».

Les conditions hygiéniques de production et de vente sont également dénoncées. La demande urbaine est fortement attentive aux conditions hygiéniques et sanitaires de production en ville. Concernant le « *soumbala du marché* » vendu en ville, la dénonciation des conditions hygiéniques de production et de distribution est quasi systématique (82 % des consommatrices interrogées) : présence de grains de sable, utilisation d'eau de lavage impropre, poussières, etc. Cette critique n'est quasiment jamais portée à l'intention des préparatrices rurales (vis-à-vis du « *soumbala du village* »). Les préparatrices-vendeuses de *soumbala* localisées sur les marchés de la ville sont perçues comme « ignorantes » en matière d'hygiène. Le plus souvent analphabètes ou non-scolarisées et de surcroît soustraites à un ancrage « domestique » (par l'absence de repères) elles n'apparaissent pas « qualifiées » (aux yeux des consommatrices) pour produire des caractéristiques hygiéniques et sanitaires propres au monde « industriel-civique » qui nécessite une « scolarisation » et « une éducation de base » et propres au monde "domestique" qui apporte une éducation « de maison ».

La transaction marchande ne permet pas de repérer des conditions de production du *soumbala* par des engagements de proximité. Les conditions d'échange sont dénoncées, les conditions de production suspectées. La notion de travail qui définit la production apparaît fondée sur la recherche du profit, incompatible avec la patience, l'expérience et la proximité des personnes qui permet de rendre les produits dédiés et sains.

Cette situation est révélatrice des tensions qui prennent forme au cours de la

qualification des produits artisanaux²⁸ (dont la qualité repose sur la nature personnifiée des ressources engagées) lors d'une épreuve marchande, qui pourtant se généralise avec l'urbanisation.

Des initiatives locales pour tenter de dépasser ces « tensions critiques » existent. Nous en avons relevé deux formes :

a) Les groupements féminins de production initiés lors de « la révolution sankariste ». Ils tentent d'établir un nouveau « compromis » entre des ressources de différentes natures, « domestiques », « civiques », « marchandes » et « industrielles ». Ces compromis se reflètent notamment à travers le maintien de certaines formes de production « héritées » mais associées à l'introduction de nouveaux équipements et de nouvelles compétences techniques, des relations organisées autour de l'entraide et d'une éthique de l'égalité et de l'équité, des appuis financiers et techniques publics, de nouvelles formes de diffusion du savoir, etc. Ces compromis présentent l'intérêt de permettre un accord sur la qualité territoriale et hygiénique du *soumbala*, bien qu'entièrement produit en milieu urbain.

b) L'élaboration d'un procédé semi-industriel de fabrication du *soumbala* qui soustrait au produit son caractère d'authenticité territoriale, mais lui permet d'être échangé dans des conditions de marché urbain « à distance » en réglant la qualification hygiénique du produit.

C'est ce deuxième cas de figure que nous allons exposer²⁹.

3. Le « *soumbala-cube* », une innovation semi-industrielle

Le développement d'un procédé semi-industriel de fabrication du *soumbala*, par un laboratoire de recherche à Ouagadougou, a

²⁸ D'autres produits que le *soumbala* seraient concernés (le dolo, le beurre de karité, des plats « traditionnels » vendus au marché, etc.).

²⁹ Le premier cas évoqué, concernant les groupements féminins, est développé dans la thèse (Cheyins, 1998) et dans un autre article à paraître.

conduit à mettre sur le marché un nouveau type de produit, « le *soumbala-cube* »³⁰. Les graines sont fermentées par un procédé qui reste artisanal mais sont contrôlées au moyen d'analyses microbiologiques et physico-chimiques de façon à maîtriser les variations observées sur ces facteurs. Elles sont ensuite séchées, broyées et moulées en cubes (de la taille courante des bouillons-cubes) au moyen d'une presse. Le produit fini est présenté sous emballage plastique thermosoudé (et donc scellé). Il apparaît ainsi sous une forme nouvelle (en cube), plus constante et relativement standardisée, et protégé par un emballage. Par ailleurs, une étiquette présente la composition du produit et indique qu'il a été contrôlé par un laboratoire de recherche national.

Cette innovation est justifiée par une demande urbaine fortement attentive aux conditions hygiéniques et sanitaires des produits artisanaux en ville, qui a été soulignée à travers les dénonciations des consommateurs vis-à-vis des caractéristiques hygiéniques et sanitaires du « *soumbala* du marché ».

Le *soumbala-cube* a été présenté à différents groupes de femmes au cours de « cause-ries ». D'une manière générale, ce produit fait très bonne impression. Assez rapidement les femmes le situent comme un produit proche du *soumbala* (plutôt que du fameux *cube-maggi*) et opèrent deux types de comparaison.

Comparé au « *soumbala* du marché », les femmes paraissent satisfaites du « nouveau » produit, notamment pour ses caractéristiques hygiéniques et sanitaires qui font défaut au « *soumbala* du marché ». Le problème de goût du nouveau produit peut se poser, mais moins fortement puisque que le *soumbala* du marché subit déjà la critique.

En comparaison avec le « *soumbala* du village », l'intérêt du nouveau produit est systématiquement relativisé par une condition : « si le goût est bon », « il faut qu'on essaye ». Pour certaines, l'utilisation probable de machines pour ce nouveau produit risque de « dénaturer » le goût du *soumbala* :

³⁰ Procédé développé et contrôlé par le CNRST, Département de Technologies Alimentaires, Burkina Faso.

« Parfois ça risque de dénaturer. Certains utilisent des matériaux qui font dénaturer le produit alors que les gens préfèrent ce qui est naturel, ce qui est naturellement fait, à la main, quand c'est fait traditionnellement ».

Les réactions des consommateurs révèlent ainsi les caractéristiques supplémentaires apportées par l'innovation.

Le nouveau produit est perçu de bonne qualité hygiénique et sanitaire : « plus propre », « sans sable » du fait de son emballage et de son format industriel qui évoque, pour les ménagères, une production dans un « local couvert », à l'abri des poussières et impuretés. Il apparaît plus facile à conserver et à utiliser. Il permet une gestion au détail. Il est bien présenté, attirant. L'atténuation de l'odeur du fait de l'emballage est appréciée par certaines. Il permet ainsi de répondre à de nouvelles exigences en ville : une consommation « saine et hygiénique », des produits plus faciles d'utilisation, l'atténuation des odeurs fortes. Il se démarque bien du « *soumbala* du marché », anonyme, défini comme du « faux *soumbala* » et dénoncé comme étant un produit sale, empli d'impuretés, de sables ou de cailloux, et de goût « mauvais ».

Cela dit, il se démarque aussi très nettement du « *soumbala* du village ». En rupture partielle avec des procédures de production « héritées », le produit perd ses caractéristiques territoriales. Même si la chaîne opératoire ménage une large place à des procédés artisanaux qui se réclament proches d'une certaine « typicité » (Casabianca & de Sainte Marie, 1995), l'introduction de nombreux éléments de nature non-domestique soustrait au produit son caractère d'authenticité territoriale.

L'acceptation du *soumbala* semi-industriel dépend ainsi de l'arbitrage qu'effectuent les consommateurs entre les différentes caractéristiques apportées par chacun des *soumbalas*, cet arbitrage étant intimement relié à des situations d'usage particulières (type de plat, moment de consommation, types de convives, etc.). Elle dépend aussi de la façon dont s'engage la construction d'une nouvelle qualité et des moyens de la spécifier : par qui est-il produit ? Dans quelles conditions, etc. ?

Nous l'avons souligné, les produits locaux qui supposent un savoir-faire domestique, comme c'est le cas du *soumbala*, sont fortement marqués par des caractéristiques de nature domestique. Ils sont produits dans des rapports de proximité entre les personnes, ils ne sont pas standardisés mais au contraire spécifiques au « tour de main » des préparatrices ; ils sont personnalisés. L'introduction dans les systèmes techniques d'objets de nature industrielle qui visent à mesurer, contrôler, standardiser, etc., conduisent à une relative dépersonnalisation du produit et de ses caractéristiques. Cette dépersonnalisation est critiquée dans des situations particulières, notamment lorsque les consommateurs reconnaissent aux produits des caractéristiques territoriales. Cela dit, l'innovation en question ici permet au produit d'être échangé dans des conditions de marché urbain « à distance » en réglant la qualification hygiénique du produit. Le procédé évolue vers une standardisation, l'information se formalise (étiquetage, logo, composition du produit, mention du contrôle par un laboratoire), mais l'objet de qualification diffère en étant plus centré sur les caractéristiques hygiéniques.

Conclusion

Diversité des formes de qualification

Les cas présentés autour d'un même produit, le *soumbala*, illustrent la diversité des registres de qualification des produits. L'objectivation des caractéristiques ne s'inscrit pas uniquement dans un processus de « normalisation » de l'ordre « industriel », dans des procédures de contrôle par des mesures techniques, etc. Elle peut s'inscrire dans une proximité entre les gens, dans un rapport d'âge ou d'appartenance communautaire, dans des repérages de proximité entre les personnes, etc. Elle est alors détachée de son « extériorité formelle ».

L'épreuve de qualification des produits artisanaux sur un marché

Ces différents dispositifs sont étroitement liés à la nature des ressources engagées

dans les systèmes productifs et à la nature des caractéristiques de qualité recherchées par les consommateurs. La qualification du *soubala*, établie par des « repérages en personne », résulte de la nature domestique des ressources engagées dans les systèmes de production et de ce que les consommateurs la reconnaissent. Dans ce cas précis, l'épreuve du marché n'est pas adéquate pour assurer la qualification. La formalisation de l'information apparaîtrait au même titre déconnectée des besoins de repérage dans des engagements de proximité.

L'industrialisation à l'épreuve de la qualification domestique

L'industrialisation du procédé de fabrication du *soubala* constitue une tentative pour dépasser les tensions qui apparaissent au cours d'une épreuve marchande. La formalisation de l'information sur la qualité, sous un format plus standard permet au produit d'être échangé à distance. Cela dit, au lieu de porter sur un ancrage local spécifique et une référence temporelle, la qualification porte sur une garantie sanitaire du produit et une régularité de ses caractéristiques organoleptiques, détachées des personnes.

Ce n'est pas la seule alternative pour les produits artisanaux. Les groupements féminins³¹ de production de *soubala*, par exemple, représentent une alternative tout à fait intéressante dans la mesure où ils permettent un accord sur la qualité territoriale mais aussi hygiénique du *soubala*, bien que produit en milieu urbain.

Remerciements

Je remercie vivement Pascale Maïzi et Francis Akindès pour leur lecture critique des versions précédentes de cet article, ainsi que Nicolas Bricas, Denis Réquier-Desjardins et Jean Bernard Ouédraogo qui ont suivi de près ce travail de thèse, et Charlotte Yaméogo qui a participé à l'étude.

³¹ Que nous n'avons pas évoqué dans cet article.

Bibliographie

Alexandre R.P., 1953. *La langue Mò:rè* (Tome II). IFAN, Dakar, 506 p.

Allaire G., Sylvander B., 1995. *Qualité, innovation et territoire*. Séminaire Qualification des produits et des territoires, Toulouse, 2 et 3 octobre 1995, INRA, 31 p.

Badini A., 1994. *Naître et grandir chez les Moosé traditionnels*. Coll. Découverte du Burkina, SEPIA, Paris, Ouagadougou, 207 p.

Bessy C., Chateauraynaud F., 1993. Les ressorts de l'expertise. In : B. Conein, N. Dodier et L. Thévenot (textes réunis par) : *Les objets dans l'action, de la maison au Laboratoire*. Paris, EHESS, *Raisons Pratiques*, 4, : 141-164.

Boltanski L., Thévenot L., 1991. *De la justification. Les économies de la grandeur*. Gallimard, 485 p.

Bricas N., Cheyns E., 1995. *Incertitudes et procédures de qualification des consommateurs urbains au Burkina. Le cas d'un condiment alimentaire traditionnel : le soubala*. Séminaire Qualification des produits et des territoires, Toulouse, 2 et 3 octobre 1995, INRA, 16 p.

Casabianca F., Sainte Marie (de) C., 1995. *La typicité est-elle normalisable ? Réflexions autour des épreuves sensorielles*. Colloque Qualification des produits et territoires, INRA, Toulouse (France), 2-3 octobre 1995.

Chamoux M.N., 1982. La division des savoir-faire textiles entre indiens et métis dans la Sierra de Puebla (Mexique). *Techniques et Culture*, 2 : 99-105.

Cheyns E., 1998. *Identification et construction sociale de la qualité des produits agro-alimentaires. Le cas de l'alimentation urbaine au Burkina Faso*. Thèse de doctorat en économie du développement agricole, agro-alimentaire et rural, ENSA.M-Université Montpellier I, 381 p + annexes.

Conein B., Thévenot L., 1997. Présentation de l'ouvrage. In Conein B. et Thévenot L. (dir.), 1997 : *Cognition et information en société*. EHESS, *Raisons Pratiques*, 8, pp. 7-22.

Delgado C.L., Reardon T.A., Thiombiano T., 1988. *La substitution des céréales locales par les céréales importées : la consommation alimentaire des ménages à Ouagadougou*. Colloque sur la Consommation alimentaire au Burkina Faso, Ouagadougou, 6-7 juin 1988, CEDRES-IFPRI.

Eymard-Duvernay F., 1989. Conventions de qualité et formes de coordination. *Revue Economique*, 40 (2) : 329-359.

Eymard-Duvernay F., 1994. Coordination des échanges par l'entreprise et qualité des biens. In : Orléan A. (dir.), 1994 : *Analyse économique des conventions*. PUF : 307-334.

Geertz C., 1978. The Baazar Economy : Information and Search in Peasant Marketing. *American Economic Review*, 68 : 2.

Gomez P.Y., 1994. *Qualité et théorie des conventions*. Economica, Coll. Recherche en Gestion, 270 p.

Karpik L., 1989. L'économie de la qualité. *Revue Française de Sociologie*, 30 : 187-210.

Martellini B., 1996. Sous le regard de l'apprenti. Paliers de savoir et d'insertion chez les forgerons Moose du Yatenga (Burkina Faso). *Techniques et culture*, 28 : 9-47.

Orléan A., 1994. Sur le rôle respectif de la confiance et de l'intérêt dans la constitution de l'ordre marchand. *Revue du MAUSS : A qui se fier ? Confiance, interaction et théorie des jeux*, 4 : 17-36.

Sainte Marie C. (de), Casabianca F., Poggi M., 1994. *Les activités d'élevage porcin en Corse. Des difficultés de la transition entre économie souterraine et économie formelle*. Convegno internazionale : La Corsica, isola-problema tra Europa e Mediterraneo, Salerno, 27 et 29 avril 1994, INRA, 13 p.

Salais R., 1994. Incertitudes et interactions de travail : des produits aux conventions. In : Orléan A. (sous la dir.) : *Analyse économique des conventions*, PUF : 371-403.

Sawadogo R.C., Ouédraogo J.B., 1996. Etudes sociologiques sur le *gari* et le *soumbala* au Burkina Faso. Rapport, Université de Ouagadougou-FLASHS, LBTA.

Servet J.M., 1994. Paroles données : le lien de confiance. *Revue du MAUSS : A qui se fier ? Confiance, interaction et théorie des jeux*, 4 : 37-56.

Sylvander B., 1992. *Les conventions de qualité dans le secteur agro-alimentaire : aspects théoriques et méthodologiques*. Colloque de la SFER : La qualité dans l'agro-alimentaire : questions économiques et objets scientifiques, INRA, 26-27 octobre 1992, 29 p.

Thévenot L., 1997. Un gouvernement par les normes. Pratiques et politiques des formats d'information. In : Conein B. et Thévenot L. (eds) : *Cognition et information en société*. Paris, EHESS, Raisons pratiques, 8 : 205-241.

Thiombiano T., Kouliadiati L., Somé C., 1984. *Systèmes alimentaires à Ouagadougou*. Colloque international Ouagadougou, UNRISD-CEDRES, 30, 31 mai et 1er juin, 147 p.

Veltz P., 1993. D'une géographie des coûts à une géographie de l'organisation. Quelques thèses sur l'évolution des rapports entreprises/territoires. *Revue Economique*, 4 : 671-684.