

Entre éthiques de conviction et de responsabilité...

Le cas d'une épicerie paysanne solidaire à Marseille

• Jean Lagane

*Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication,
Habilitation à diriger des recherches **

Cet article traite de la genèse et du fonctionnement d'une épicerie paysanne de quartier, au cœur de Marseille, qui offre un schéma alternatif à celui de la commercialisation de produits issus de la monoculture intensive à grande échelle. Cette structure est née sous une forme associative pour pallier un manque lié à la disparition croissante du commerce alimentaire direct et semi-direct de produits frais et de saison en milieu urbain et à la dissolution progressive des liens humains entre ville et campagne qui en résulte. Initiative d'action environnementale militante, elle vise à dénoncer lesdites dérives de l'agriculture intensive sur les plans de l'environnement et de la santé, de l'économie et de la sociabilité. Le monde associatif, au-delà de sa relation habituelle à un lieu de bénévolat désintéressé, constitue ici un secteur qui incarne le monde du travail. Cette épicerie de quartier, qui exerce des activités économiques et participe de l'utilité sociale, et dont l'organisation repose en partie sur du salariat, est apparentée, selon la classification proposée par le sociologue Matthieu Hély, à une forme d'« entreprise associative » (Hély, 2009, p. 15 ; Paul, 2009).

Cet article analyse la genèse et le fonctionnement d'une épicerie paysanne à Marseille en tant que réseau alimentaire alternatif et interroge le fait d'associer cette épicerie à une forme d'éthique entrepreneuriale participant de l'Economie Sociale et Solidaire. L'ethnographie et l'analyse communicationnelle mettent en évidence la transition entre l'éthique du fondateur et celle de ses collaborateurs, soit une opposition weberienne entre « éthique de conviction » et une « éthique de responsabilité ».

A travers l'analyse du contexte de la création de cette entreprise associative, il s'agira, dans un premier temps, d'appréhender ses valeurs et ses enjeux et d'étudier en quoi cette épicerie paysanne peut être assimilée à une forme d'éthique entrepreneuriale. En effet, l'analyse vise à démontrer comment le discours du fondateur de l'épicerie emprunte, tour à tour, à des questionnements éthiques issus d'approches théoriques distinctes – Économie Sociale et Solidaire (ESS), consommation engagée, agriculture civique.

Dans un second temps, au regard de l'évolution des pratiques de management et de fonctionnement de l'épicerie entre 2009 et 2012, la notion d'éthique entrepreneuriale et l'apparition de lignes de force mettant en tension l'engagement éthique initial de son fondateur et une logique de développement économique utilitariste seront discutées. En

**LAMES (Laboratoire Méditerranéen de Sociologie)-UMR 7305. Aix-Marseille Université - CNRS.*

effet, au fil du développement de l'entreprise, une transition se fait jour entre l'éthique du fondateur et celle de ses collaborateurs. Cette opposition évoque la distinction sur l'éthique en économie proposée par Max Weber (1919) entre « éthique de conviction » – soit une orientation des comportements fondée sur certaines valeurs, sans tenir compte de leurs conséquences – et une « éthique de responsabilité » qui conduit, en revanche, à interroger les conséquences de ses actes¹.

Ethnographie de la figure d'un entrepreneur

La démarche d'enquête répond aux caractéristiques de la méthode ethnographique. Cette approche emboîte le pas à une combinatoire de travaux en anthropologie économique effectués sur les marchés, les foires, les bazars². Elle emprunte également au champ de l'éthique entrepreneuriale qui est ici décrite en contexte – c'est-à-dire en référence à la création puis au fonctionnement d'une épicerie paysanne de quartier à Marseille. Ainsi, s'agit-il ici de voir comment l'ethnographie a facilité l'émergence du sens, sans toutefois définir les règles de bonne conduite propres au type d'activité de l'épicerie de quartier. Elle a, en effet, davantage éclairé les modalités pratiques de décision, ainsi que le fonctionnement de cette initiative solidaire.

En préambule, le contexte de la création de l'épicerie paysanne solidaire nécessite d'être retracé. L'épicerie est née de la volonté et de l'engagement de son instigateur qui sera ici nommé Julien³. Suite à un détour par l'Ardèche, où il s'était installé, Julien, 39 ans, revient à Marseille pour fonder, en 2009, en cœur de ville, l'association *Épicerie Solidaire*⁴, forte d'une cinquantaine de membres, où il officie en tant que président et bénévole. Célibataire, castanéiculteur, marseillais et arrière-petit-fils d'horticulteur, Julien a d'abord suivi une formation agricole puis effectué un séjour au Bénin. Par la suite, il s'est installé en Ardèche et

s'est « essayé » à un ensemble d'expériences dans le monde de la militance et de l'agriculture alternative, puis de l'arboriculture vivrière. Après avoir effectué un stage dans une structure locale d'accompagnement de projets issus de l'ESS, Julien a décidé d'ouvrir une épicerie paysanne de quartier à Marseille, à proximité d'un marché paysan. Son épicerie a ouvert, après deux années de préparation et de montage de dossiers administratifs et financiers, sous une forme associative. Cette forme d'entreprise associative lui a permis d'obtenir, dès le commencement, une existence économique et de pouvoir investir dans des locaux, vendre et acheter des produits, sans devoir pour cela acquitter de charges sociales. Il a bénéficié du Revenu de Solidarité Active (RSA), lors du démarrage de son activité. Grâce à ses excédents d'exploitation et avec le concours financier de deux partenaires⁵, l'association *Épicerie Solidaire* finance l'équivalent de cinq emplois – un coordinateur à plein temps ; quatre autres salariés intervenant à hauteur de vingt-huit heures par semaine, chargés de commande, de recherche de producteur et de gestion des stocks et de l'approvisionnement de l'épicerie. Julien officie en tant que président de l'association aux côtés d'une administratrice. L'épicerie a mis en place un partenariat avec un réseau d'une dizaine de producteurs locaux⁶ et accueille de manière régulière des titulaires de BTS agricole dans le cadre de leur service civique.

Ethique de conviction, vers une pluralité d'héritages

En s'appuyant sur l'ethnographie, je passerai en revue trois aspects saillants qui caractérisent les instigateurs de l'épicerie et renvoient à trois formes d'éthique fondées sur leurs valeurs morales et leurs univers de pratiques.

Une première distinction d'éthique entrepreneuriale est attachée à la définition des valeurs morales de ses membres. Ceux-ci se réclament de plusieurs cadres de pensée ; ce triple héritage

participe d'une forme d'éthique entrepreneuriale de conviction.

Un contexte hérité de l'Economie Sociale et Solidaire

En interrogeant le contexte professionnel dans lequel émerge l'action portée par Julien, il est possible de repérer un ensemble de faisceaux de convergence avec le champ de l'ESS et de l'éthique entrepreneuriale. L'initiative professionnelle de création d'épicerie paysanne s'inscrit sur le terrain de l'essor de la filière alimentaire alternative sur le territoire de Marseille Provence Métropole, la Communauté du Pays d'Aix, ainsi que les communes riveraines de l'Etang de Berre. Cette dynamique est caractérisée par la mise en réseau d'un ensemble d'actions collectives d'initiative citoyenne locale que l'on pourrait regrouper sous le vocable d'« alteréconomie ». A l'échelle planétaire se dessinent des aspirations à une « autre mondialisation ». L'idée d'une économie alternative ou alteréconomie fait peu à peu son chemin en tant que signifiant principal en réaction à l'ultralibéralisme et à l'individualisme croissant des sociétés occidentales. Selon Alain Caillé, quatre perspectives majeures se disputent aujourd'hui les suffrages de l'économie alternative (Caillé, 2003, pp. 5-20). La première est celle de « *l'économie informelle, protéiforme, incernable (...) ladite économie de l'ombre, clandestine, parfois criminelle et " clientélaire ", par définition " une économie non recommandable et qui contamine l'économie solidaire"* ». La deuxième fait référence au secteur de l'économie sociale, « *secteur privilégié des coopératives et des mutuelles (...), économie fondée sur la propriété collective et les principes d'égalité et de contrôle démocratique et qui fonctionne selon les lois de l'économie de marché* ». Le troisième domaine, que l'on qualifie de tiers secteur, renvoie au « *développement des associations et des ONG à but non lucratif* » bénéficiant d'une représentation active dans les sommets sociaux alternatifs, « *secteur d'inspiration majoritairement anglo-saxonne et de tradition philanthropique* ». Enfin, la quatrième dimension est celle de l'économie solidaire qui inclut « *l'économie mixte* » et qui reste

« *dominée par les principes de don, de bénévolat et de réciprocité (...), dont l'engagement de ses animateurs procède d'un discours politique généralement de gauche, à tonalité mi-chrétienne, mi-marxiste* ». De l'hétérogénéité et du flou qui entourent la notion d'économie alternative (Archambault, 1995 ; Dacheux, 2001) naît une économie qui articule non plus seulement économie de marché et économie publique mais qui, tout en laissant subsister ces deux logiques, les met au service du secteur associatif.

Toutefois, l'ethnographie de l'entreprise associative dévoile comment les différents informateurs définissent de manière contradictoire l'éthique économique. Une première définition, fondée sur l'analyse de comportements collectifs, est incluse dans le champ de l'éthique sociale et proche des principes et pratiques de l'ESS. La seconde renvoie à une vision plus individualiste et partielle de l'éthique économique. Si certains chercheurs, comme Christian Arnsperger et Philippe Van Parijs (2003, pp. 6-7), revendiquent « *un encastrement de l'éthique économique au sein de l'éthique sociale qui est définie comme portant sur les institutions sociales plus que sur les comportements individuels* », d'autres scientifiques, tels que l'économiste Amartya Sen, associent aux choix économiques une dimension éthique qui appelle à davantage de responsabilité sociale. Sen rappelle dans son ouvrage *Éthique et Économie* (2009 [1987]) que le but suprême de l'économie est la quête du bien-être individuel et collectif et insiste sur le fait que l'économie n'est plus fondée sur la seule mesure de l'avoir, mais sur la mesure de la liberté d'être.

A l'aune de ces considérations, le cas de l'épicerie agricole de quartier met au jour une autre forme d'éthique liée aux pratiques de consommation individuelle et collective, celle de la consommation engagée.

Epicerie solidaire et consommation engagée

Lors de l'inauguration de l'épicerie, un mois après son ouverture en 2009, une centaine de personnes ont répondu présentes à l'appel de Julien. Ce dernier énonce collectivement, au

cours de l'adresse, les fondements de cette initiative qui répond à un constat de carence. Il explique qu'« *il n'existe pas, à ce jour, un lieu à Marseille qui permette de diffuser à travers un cycle court des produits de l'agriculture locale et biologique* » (2009). Le lancement d'une épicerie agricole au cœur de Marseille correspond à une initiative dans le cadre de l'ESS du développement d'une filière alimentaire de proximité. L'objectif de cette création d'entreprise s'inscrit dans un schéma alternatif à celui de la monoculture intensive à grande échelle, dont Julien dénonce les dérives sur plusieurs plans : ceux de l'environnement et de la santé (surconsommation d'eau, épuisement de la fertilité des sols, pollution chimique...) ; de l'économie (crise alimentaire dans les pays du Sud, accès coûteux à une alimentation de qualité pour les pays du Nord...) ; humain (ce système agricole intensif et le mode de distribution, qui le caractérise, contribuent à l'altération du lien social au cœur des territoires en imposant une mise à distance entre bassins de production agricole et consommateurs urbains...).

Cependant, l'objectif du projet de Julien demeure lié à un credo qu'il clame haut et fort : « *le devoir de reconsolider notre souveraineté alimentaire locale* » (2009). Ce dernier engagement militant de Julien entre en étroite association avec le développement actuel des cycles courts de commercialisation agricole, les sites de vente directe et les pratiques de consommation engagée.

Selon la sociologue Sylvie Dubuisson-Quellier (2009, pp. 12-15), le propre de la consommation engagée est d'inscrire une démarche politique au cœur des choix des consommateurs. Même si l'Histoire a permis l'expression d'actions de mobilisation multiples dès la fin du XIX^e siècle, ce sont « *les formes diffuses et singulières de la consommation engagée* » qui retiennent l'attention de la chercheuse, comme « *certaines pratiques résistantes ou décalées et l'organisation de systèmes qui se veulent alternatifs aux marchés* ». Les AMAP, le système d'échange local (SEL), les jardins d'insertion et les autres formes de cycles courts de la filière agricole alternative, soit des formes

de résistance collective ou individuelle face au monde marchand dominant, émergent dans ces catégories que Julien appelle de ses vœux. Ces circuits alternatifs plébiscitent une logique d'agriculture paysanne présentée comme sociologiquement équitable et saine, ainsi que la défense de fermes de proximité. L'initiative de création d'une épicerie paysanne de quartier à Marseille répond ainsi à cette dynamique de soutien des circuits alternatifs de commercialisation agricole et participe d'une initiative citoyenne de consommation engagée.

La création de l'épicerie paysanne solidaire s'appuie, selon Julien, sur une quête de sens et de valeurs associées au respect de la solidarité humaine et de la préservation de l'environnement, ainsi que de la santé, selon l'objet de l'association déclarée dans les statuts. Au-delà de la militance, Julien insiste sur l'importance de travailler en réseau et « *se félicite de l'apparition de nouvelles épiceries paysannes de quartier, si d'autres quartiers expriment le besoin* » (2009). Il poursuit en annonçant :

« *Je veux promouvoir, à travers l'épicerie, le développement de l'agriculture et de l'alimentation locales, la solidarité économique et une relation humaine de qualité entre les producteurs, les distributeurs et les consommateurs d'une même filière alimentaire, ainsi qu'une sensibilisation de toutes et tous sur les aspects vitaux de notre alimentation collective* » (2009).

Il propose ainsi, tous les jours, aux habitants du centre-ville, des produits alimentaires de saison, provenant des fermes les plus proches – il achète directement chez le producteur et le revendique. Par cette action, il entend : « *renforcer la situation économique des producteurs locaux, fragilisés par la mondialisation du marché agro-alimentaire ; favoriser l'accès à une alimentation de qualité pour tous au travers d'une politique de marges et de prix responsables ; faire se rencontrer producteurs et "consom'acteurs" au sein de l'épicerie, ainsi que sur les fermes* » (2009).

L'engagement militant de Julien puise ses racines dans le « locavorisme » et l'apologie des cycles courts :

« *L'idée, c'est que de plus en plus de consommateurs et de commerçants aient envie de mettre en avant la provenance locale des produits qu'ils consomment ou qu'ils distribuent pour les épiciers. Le cycle court, c'est soit du circuit direct, soit tout ce qui comporte un seul intermédiaire. On ne fait pas de vente directe, mais on fait de la vente avec un intermédiaire, sous forme associative, qui représente un intermédiaire économique entre le producteur et le consommateur* » (2010).

De la consommation engagée à la sauvegarde d'une agriculture civique

Certains principes de la charte fondatrice de l'épicerie paysanne sont propres à l'agriculture paysanne et aux principes des AMAP. Les clients sont informés des aléas climatiques et de certaines difficultés d'approvisionnement que peuvent connaître les producteurs. Ils sont également sollicités pour porter main forte au fonctionnement de l'épicerie. Ce système de partenariat entre producteur et consommateur est fondé sur la confiance et sur la reconnaissance d'engagements et d'entraide mutuels (Lagane, 2011). Les adhérents deviennent des partenaires actifs qui paient, en amont de la récolte, un semestre de livraisons hebdomadaires de paniers de produits maraîchers. Cette avance sur trésorerie soutient, d'une part, les vocations agricoles et facilite, d'autre part, les investissements nécessaires auxquels les producteurs doivent consentir pour obtenir les normes de certification pour la culture et la vente de produits biologiques.

Il est possible, à ce stade, d'émettre l'hypothèse que le respect des principes de l'agriculture paysanne revêt une forme d'éthique collective intrinsèque à l'activité humaine de l'agriculture. Cette conception éthique noue entre l'épicerie paysanne et une pluralité d'acteurs et de lieux de rencontre de l'ESS à Marseille des liens forts – marchés paysans de plein vent, points de vente directe producteur-vendeur, AMAP, jardins collectifs solidaires et ou d'insertion, etc. – et entretient ainsi une relation de parenté

symbolique avec les principes de l'agriculture civique.

Au-delà de la filiation entre les principes fondateurs de l'épicerie paysanne de quartier et ses divers courants éthiques, l'ethnographie a conforté cette forme de catégorisation de l'éthique de conviction dont Julien fait montre. La scène inaugurale et le contenu de l'adresse de Julien en présence de l'ensemble des adhérents de l'épicerie solidaire témoignent directement des aspects militants et engagés de sa personnalité.

Or, une seconde lecture plus analogique permet d'entrevoir un ensemble de marqueurs énonciatifs qui sont apparentés à des jugements de valeur. De tels énoncés contiennent des impératifs catégoriques et caractérisent une démarche éthique. Julien use avec emphase d'énoncés normatifs que peuvent être qualifiés de prescriptifs – comme les verbes « falloir » : « *il faut reconquérir notre souveraineté alimentaire* » (2009) ; « devoir » : « *nous devons valoriser l'économie locale et le cycle court* » (2009) et « pouvoir » : « *nous pouvons influencer durablement les comportements alimentaires des consommateurs à travers notre action* » (2009). Cette catégorie évaluative s'oppose à une autre démarche plus « vulgarisante » où les mêmes termes désigneraient les moyens les plus appropriés pour atteindre certains objectifs militants et entreraient dans une démarche plus scientifique, plus descriptive, soit des impératifs hypothétiques (Arnsperger & Van Parijs, 2003, pp. 4-5). Ainsi, les engagements moraux du fondateur de l'épicerie, tels qu'ils ont été publiquement énoncés, s'inscrivent-ils en tant que marqueurs d'éthique de conviction.

Entre éthique de conviction et éthique de responsabilité

Les liens du discours fondateur de l'épicerie paysanne avec les principes éthiques de l'ESS, de la consommation engagée et de l'agriculture civique permettent de l'associer audit paradigme de l'éthique de conviction entrepreneuriale. Il convient d'examiner, à présent, comment sa contrepartie, c'est-à-dire le paradigme de l'éthique de responsabilité, va progressivement

imposer sa marque sur le fonctionnement de l'épicerie et sur les valeurs que ses acteurs véhiculent.

Des interactions nouées avec les acteurs de l'épicerie, l'observation directe de pratiques de vente et la participation à des assemblées générales de l'Association *Épicerie Solidaire* ont mis en évidence le fait que les nouveaux employés incarnent une forme de transition éthique. En fait, les réactions et comportements de ces divers acteurs permettent d'analyser, au fil du développement et du fonctionnement de l'entreprise, le passage d'une éthique caractérisée par les engagements moraux des acteurs (éthique de conviction) à une éthique de responsabilité (Weber, 1993 [1919] p. 172). Cette seconde dimension de l'éthique entrepreneuriale consiste à créer de l'emploi et à rechercher la stabilité et la satisfaction du plus grand nombre de salariés et de clients-adhérents au sein de l'épicerie. En cela, elle s'oppose à la logique du devoir de l'ensemble des acteurs, mais également à l'engagement idéologique du fondateur de l'épicerie paysanne solidaire, éthique de conviction.

Lors d'un entretien avec l'organisateur de l'épicerie agricole, Erwan, concernant la répartition des missions des différents protagonistes de la structure marchande de l'épicerie, celui-ci distingue ouvertement sa démarche de celle de Julien :

« Julien porte le projet en tant que président d'association et les valeurs politiques. Son engagement reste inchangé, il milite, comme depuis la toute première heure, pour la politique de la souveraineté alimentaire locale. Son job à lui, c'est ça, et les relations publiques, c'est vraiment fait pour lui... » (2011).

Comme cela a été mentionné plus haut, des visées pragmatiques apparaissent face à ce discours et à ces pratiques. Celles-ci sont fondées sur une quête de complémentarité directe par l'action, une façon de mesurer l'éthique *via* les conséquences des actes développés. Dans cet état d'esprit, une autre salariée de l'épicerie, Magali, détaille une action récente de l'épicerie paysanne auprès d'un

jardin collectif situé dans le quartier des Chutes Lavie à Marseille, association dédiée à préserver un lieu de vie dans un jardin populaire autour d'activités de jardinage et d'écoconstruction :

« Les membres de cette association récupèrent les produits invendus de l'épicerie paysanne et les acheminent sur le terrain de leur association où ils sont utilisés pour alimenter le compost. Plutôt que d'acheter de l'engrais industriel, ils préfèrent utiliser cette méthode plus écologique. Cette action de recyclage des déchets renforce l'éco-utilité de l'épicerie » (2012).

A travers les propos de Magali, cette action semble véhiculer au sein des employés et des clients un sentiment d'éthique entrepreneuriale environnementale qui fait écho à l'éthique de responsabilité.

Du bénévolat au salariat, jeux d'acteur et éthique en tension

Comme le résume Fabienne Cardot (2006, p. 72), *« le dialogue est la clé de l'agir éthique (...) et la nature de l'éthique d'entreprise est fortement dépendante des conditions du dialogue éthique qui s'y déploie »*. La chercheuse associe ce dialogue éthique à un dialogue « entre soi et sa conscience, avec le collègue ou le manager » et déterminé par les conditions de vie de l'entreprise, et dont la finalité a pour objectif le développement optimal de l'activité de l'entreprise. Si cette perspective orientée vers les résultats fait écho à une forme d'éthique de responsabilité, elle démontre également l'importance des jeux d'acteurs, soit une perspective analytique interactionniste.

Les paroles d'Erwan, qui affichent une volonté sans faille en vue d'assurer la viabilité de l'épicerie, font écho à cette logique des jeux d'acteur :

« Le contact [humain] est ma principale stimulation pour cet emploi. Je vois les clients revenir, changer de comportement [alimentaire], ils sont satisfaits de la présence dans le quartier d'une épicerie paysanne... En fait, c'est une sorte de challenge qui nous pousse à aller de l'avant, à obtenir des résultats

[financiers] et à essayer de maintenir nos emplois... » (2011).

Or, le discours d'Erwan témoigne également de la transition éthique à l'œuvre au fur et à mesure du développement économique de l'épicerie. Questionné sur sa perception de la dimension éthique du concept d'épicerie paysanne solidaire, ce dernier avance que :

« la double tarification sociale⁷, comme l'expérimente l'association Solid'Arles, passe après les enjeux de stabilisation de l'équipe salariée qui est en situation précaire. Objectif ... stabiliser les postes ! [A cela, il ajoute avec une note de satisfaction dans la voix] Le chiffre d'affaires prévisionnel est en très forte hausse. On n'a pas encore les dernières estimations, mais ce que je peux dire, c'est que les bénéfices nets ont été multipliés par trois par rapport au prévisionnel de l'exercice de l'an dernier à la même période » (2011).

Le leitmotiv du discours du coordinateur de l'épicerie est de sauvegarder les emplois créés, de résoudre une situation de précarité, d'assurer la tenure des emplois, d'atteindre un seuil de rentabilité et de continuer à développer des excédents de bénéfice. Cet acteur exprime ainsi le fait que de tels efforts doivent être traités en priorité et cela, avant l'application des engagements moraux constitutifs – les principes d'éthique de conviction – de l'épicerie, comme celui de la double tarification sociale à vocation solidaire.

Cette réaction caractérise les tensions qui persistent entre logique éthique et logique économique et peut être corrélée à un phénomène plus global, celui de l'introduction du salariat dans le monde associatif. La typologie quadripartite des entreprises associatives⁸ proposée par Matthieu Hély (2004 ; 2009) illustre cette évolution « entrepreneuriale » des associations. Ce chercheur analyse le fait que « *des tensions se cristallisent autour de la question de la légitimité des actions menées et de la question de la rencontre entre engagement bénévole [lié ici à la dimension constitutive du projet de l'épicerie] et engagement salarié* » (Paul, 2009). En effet, dans la répartition du gestionnaire

de l'épicerie, une tension atmosphérique apparaît palpable entre les notions de don – l'engagement d'Erwan se traduit par le fait d'accepter de travailler jusqu'à quarante-cinq heures par semaine, sans exiger de compensation financière, – et de contrat – principalement de contrat informel et/ou psychologique comme cela sera développé *infra*. En revanche, des incertitudes subsistent dans le jeu des acteurs en matière d'éthique : d'une part, la nécessité de continuer à faire fonctionner l'épicerie (éthique de responsabilité) et, d'autre part, l'importance de préserver la dimension de l'utilité sociale de l'épicerie (éthique de conviction), qui demeure toutefois constitutive du projet.

Le contrat psychologique et l'éthique de la gouvernance

Les tenants de la théorie des parties prenantes [*stakeholders*] (Freeman, 1984) permettent de concevoir de manière élargie la responsabilité sociale de l'entreprise, ainsi que ses principes de gouvernance et, par voie de conséquence, son éthique organisationnelle. Selon cette logique, l'entreprise vise à créer de la valeur pour ses participants de manière responsable et contribue à un élargissement de la notion de propriété légale de l'entreprise. Ainsi « *le salarié peut être tenu pour le propriétaire de ses compétences, le collectif organisationnel pour le propriétaire de ses routines* » (Mercier, 2004, p. 64). Cette façon de gérer les rapports entre employeur (Association *Épicerie solidaire* dans ce cas précis) et employés (salariés de l'association) renvoie à des débats sur l'éthique de la gouvernance. Or, dans une première partie de l'ethnographie, il s'agissait d'observer les interactions entre les acteurs de l'épicerie *in situ* et non à travers les relations que l'épicerie entretenait avec ses partenaires institutionnels ou avec les associations de riverains du quartier. Aussi la modalité d'analyse des parties prenantes n'apparaît-elle pas dans ce travail de synthèse, et force est de constater que l'analyse s'oriente davantage vers l'appréhension du contrat psychologique entre employeur et employés, tel qu'il transparait dans les discours et les pratiques des salariés.

Sylvie Guerrero propose, à travers une synthèse de l'état d'avancée des connaissances sur le contenu et les caractéristiques du contrat psychologique, de distinguer « *le type de contrat psychologique perçu par l'individu et ses attitudes au travail, notamment l'implication affective de départ* » (Guerrero, 2003, p. 1339). On notera que lors de l'assemblée générale de l'association *Épicerie Solidaire*, outre le bilan financier, les aspects fonctionnels de la répartition des tâches de travail figuraient à l'ordre du jour. Cela se rapproche d'un contrat informel, soit la notion de contrat psychologique entre salariés et association « employante » [ici] qui comporte des obligations morales réciproques. Un des précurseurs de cette notion, Chris Argyris (1960), a proposé ce concept pour signifier que la seule relation d'emploi ne pouvait dûment apparaître au sein d'un contrat écrit formel et que seule la dimension psychologique, implicite et tacite, permettait de compenser les insuffisances d'un contrat classique. Cette même notion, qui se traduit par une relation d'échanges entre un employeur et un salarié sous la forme d'attentes mutuelles, a été ultérieurement développée par Levinson (1962) et Schein (1965).

En recherchant flexibilité et productivité afin de s'adapter de manière innovante aux contraintes de l'économie de marché – et cela concerne précisément l'épicerie en tant qu'entreprise associative –, la dimension éthique joue un rôle primordial dans cette logique du contrat psychologique car, comme le montre le Tableau 1 (Hiltrop, 1995), les liens entre salariés et employeur se sont peu à peu distendus.

Enfin, si l'on considère le principe du respect de la souveraineté alimentaire locale, tel qu'il apparaît au sein de la charte de bonnes pratiques de l'épicerie, quelques contradictions apparaissent entre le « dire » et le « faire ». En effet, Julien déclare s'approvisionner en cycle direct chez le producteur local, or ce dernier indique

également qu' « *il se rend deux fois par semaine au Marché d'Intérêt National (MIN) des Arnavaux, où existe un carreau de producteurs locaux* » (2011). Or, après vérification, il existe un grossiste bio au sein du carré de producteur bio du MIN des Arnavaux, depuis plusieurs années, mais celui-ci ne travaille pas uniquement avec des filières alimentaires de proximité. Outre l'approvisionnement en produits maraîchers, Julien se procurait, lors du lancement du projet, des volailles du Sud-Ouest de la France, en arguant du motif que : « *tu comprends, c'est du bio, la qualité est meilleure !* » (2011). Ainsi la différence entre discours et pratiques témoigne de la fragilité de certains engagements face à des impératifs économiques.

Interrogé sur la provenance des produits qu'il était en train de disposer soigneusement sur les étagères de la boutique, le coordinateur de l'épicerie (Erwan) a alors entamé une tirade explicative qui s'est achevée par une allusion implicite au contrat psychologique :

« *La situation actuelle reste identique au cadre fixé par les statuts de l'Association, à ses valeurs éthiques qui soutiennent et préservent les produits locaux de qualité à des prix qui avantagent la production et la consommation locales. Seuls thé, chocolat et épices ne sont pas issus de la production locale ainsi que deux fromages, le Comté et le Gruyère* » (2011).

Les caractéristiques du contrat psychologique	Ancien contrat psychologique	Nouveau contrat psychologique
centré sur :	sécurité	employabilité
format :	structuré	flexible
durée :	permanente	variable
fondé sur :	tradition	forces du marché
résultat attendu :	loyauté et engagement	valeur ajoutée
attentes de l'employeur :	temps et effort	connaissance et compétence
attentes du salarié :	revenu stable et promotion	opportunités pour s'épanouir

Tableau 1. Le contrat psychologique

(Hiltrop, 1995. In Mercier 2004, p. 67.)

Le fait que le coordinateur de l'épicerie souhaite préciser que, quelle que soit l'évolution managériale de l'épicerie, le principe de la souveraineté alimentaire locale continue d'être respecté à la lettre, atteste de l'évolution du contrat psychologique ou informel entre employeur (ici, l'association *Épicerie Solidaire*) et le salarié, et des liens moraux réciproques qui les relie.

Conclusions

L'ethnographie et l'analyse communicationnelle, qui en a résulté, ont toutes deux montré comment les valeurs pionnières de l'instigateur de ce projet d'entreprise associative solidaire, à Marseille (cycle court de commercialisation agricole, principe de souveraineté alimentaire locale...), ont progressivement été appropriées puis réinterprétées par les salariés. Ces derniers les ont élevées au rang d'objectifs de rentabilité et de développement économiques, une logique marchande à laquelle l'épicerie paysanne était initialement opposée. Il est apparu, d'une part, que les acteurs et leurs discours font vivre plusieurs éthiques qui entrent en résonance et empruntent aux courants théoriques de l'ESS, de la consommation engagée et de l'agriculture civique. D'autre part, l'analyse des discours et pratiques des acteurs de l'épicerie a permis d'appréhender deux facettes de l'éthique entrepreneuriale : l'une centrée sur le devoir et la défense de valeurs militantes ; l'autre, fondée sur la quête de résultats en matière de stabilisation des emplois créés. Cette évolution peut être qualifiée d'acculturation éthique, soit un processus graduel de transposition du cadre éthique. En effet, l'éthique de conviction des premières heures, héritée de paradigmes du tiers secteur et du bénévolat, a peu à peu cédé la place à une morale collective fondée sur la logique du monde du salariat, c'est-à-dire celles de l'employabilité et/ou de la rentabilité, soit une éthique de responsabilité.

Notes

- 1 Max Weber oppose dans son ouvrage *Le savant et le politique* (1993, p. 172 [1919]) cette distinction en les termes : « *Toute activité orientée selon l'éthique peut être subordonnée à deux maximes totalement différentes et irréductiblement opposées. Elle peut s'orienter selon l'éthique de la responsabilité (verantwortungsethisch) ou selon l'éthique de conviction (gesinnungsethisch). Cela ne veut pas dire que l'éthique de conviction est identique à l'absence de responsabilité et l'éthique de responsabilité à l'absence de conviction. (...) Toutefois, il y a une opposition abyssale entre l'attitude de celui qui agit selon les maximes de l'éthique de conviction – dans un langage religieux nous dirions “ Le Chrétien fait son devoir et s'en remet à Dieu ” –, et l'attitude de celui qui agit selon l'éthique de responsabilité qui dit : “ Nous devons répondre des conséquences prévisibles de nos actes ”.* »
- 2 Voir, notamment, Geertz, 2003 [1979] ; Douglas & Isherwood, 2007 [1979] ; La Pradelle, 1996 ; Sciardet, 2002 ; Hassoun, 2005 ; Lallement, 2010, Mermier & Peraldi, 2011.
- 3 Les noms des différents informateurs ont été changés en vue de préserver leur anonymat.
- 4 L'association portera ici le nom d'*Épicerie Solidaire*.
- 5 Le Conseil Général des Bouches-du-Rhône et la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur.
- 6 Le partenariat prend en compte le lieu de la production dite « locale », même si aucun descriptif précis de distance n'est fourni par les acteurs.
- 7 On comprend par « double tarification sociale », un tarif pour tous les adhérents et un tarif solidaire pour les publics fragilisés. L'association Solid'Arles, qui propose un espace collectif de vente directe de produits frais et locaux, applique, par exemple, ce dispositif solidaire. Il permet, d'une part, une juste rémunération sans intermédiaire des producteurs et, d'autre part, à l'endroit des consommateurs, des prix adaptés aux revenus des ménages, voir <http://solidarles.free.fr/>
- 8 Cette typologie distingue quatre grandes formes d'entreprises associatives : gestionnaire, partenaire, marchande, mécénale (Hély, 2004).

Références

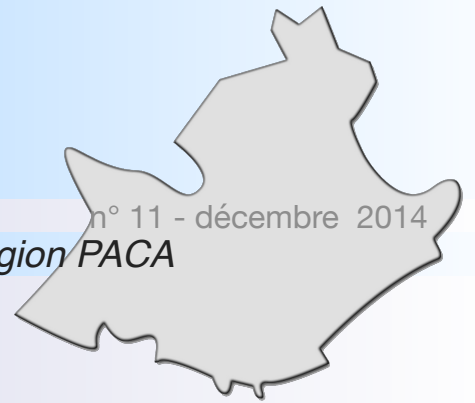
- Archambault, E. (1995). L'économie alternative, forme radicale de l'économie sociale. *Revue des études coopératives, mutualistes et associatives, Recma*, n° 256.
- Argyris, C. (1960). *Understanding Organizational Behavior*. Homewood, Illinois : Dorsey Press.
- Arnsperger, C. & Van Parijs, P. (2003). *Éthique économique et sociale*. Paris : La Découverte.
- Caillé, A. (2003). Présentation. L'Alter-économie. Quelle « autre mondialisation » ? *Revue du MAUSS*, n° 21, 1er semestre, 5-20.
- Cardot, F. (2006). *L'éthique d'entreprise*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Céfaï, D. (2007). *Pourquoi se mobilise-t-on ? Les théories de l'action collective*. Paris : La Découverte/MAUSS.
- Dacheux, E. (2001). *Plaidoyer pour une économie alternative et solidaire*. Paris : L'Harmattan.
- Dubuisson-Quellier, S. (2009). *La consommation engagée*. Paris : Edition Contester, Sciences-Po les Presses.
- Douglas, M. & Isherwood, B. (2007) [1979]. *Pour une anthropologie de la consommation, Le monde des biens*. Paris : Editions du Regard.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management : A stakeholder Approach*. Boston : Pitma.
- Geertz, C. (2003) [1979]. *Le Souk de Sefrou. Sur l'économie du bazar*. Traduction et présentation de D. Céfaï. Saint-Denis : Bouchène.
- Guerrero, S. (2003). *La nature du contrat psychologique comme cadre d'étude de la relation d'emploi*. In Actes du Congrès de l'Association francophone de gestion des ressources humaines (AGRH) (pp. 1339-1357). Grenoble.
- Hassoun, J.-P. (2005). La place marchande en ville : quelques significations sociales. *Ethnologie française*, 2005/1, Janvier-Mars, 5-16.
- Hély, M. (2004). Les différentes formes d'entreprises associatives. *Sociologies pratiques*, 9, 25-51.
- Hély, M. (2009). *Les métamorphoses du monde associatif*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Hiltrop, J.-M. (1995). The Changing Psychological Contract : the Human Ressource Challenge of the 1990's. *European Management Journal*, 13 (3), 286-294.
- Lallement, E. (2010). *La ville marchande, enquête à Barbès*. Paris : Tétraèdre.
- Lamine, C. & Perrot, N. (2008). *Les AMAP : un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs*. Paris : Editions Yves Michel.
- La Pradelle (de), M. (1996). *Les vendredis de Carpentras. Faire son marché en Provence ou ailleurs*. Paris : Fayard.
- Levinson, H. (1962). *Men, management and mental health*. Cambridge : Harvard University Press.
- Mercier, S. (2004). *L'éthique dans les entreprises*. Paris : La Découverte.
- Mermier, F. & Peraldi, M. (dir.) (2011). *Mondes et places du marché en Méditerranée. Formes sociales et spatiales de l'échange*. Paris : CJB - Karthala - IFPO.
- Sen, A. (2009) [1987]. *Éthique et économie, Et autres essais*. Lonrai : Presses Universitaires de France.
- Schein, E. H. (1965). *Organizational Psychology*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Sciardet, H. (2002). *Les marchands de l'aube. Ethnographie et théorie du commerce aux puces de Saint-Ouen*. Paris : Economica.
- Weber, M. (1993) [1919]. *Le savant et le politique*. Paris : Plon.

Références en ligne

- Lagane, J. (2011). Du teikei à l'AMAP, un modèle acculturé. *Développement durable et territoires*, 2, n°2 | Mai 2011, mis en ligne le 23 mai 2011, consulté le 13 octobre 2011. URL : <http://developpementdurable.revues.org/9013>
- Paul, S. (2009). Mathieu Hély. Les métamorphoses du monde associatif, Lectures [En ligne], *Les comptes rendus*, 2009, mis en ligne le 24 novembre 2009, consulté le 15 octobre 2011. URL : <http://lectures.revues.org/829> <http://solidarles.free.fr/>

Faire Savoirs

Sciences humaines et sociales en région PACA



Délinquance, criminalité et banditisme dans la région marseillaise

Coordination : **Laurent Mucchielli**

étude

Jean Lagane

*Entre éthiques de conviction et
de responsabilité...*

*Le cas d'une épicerie paysanne
solidaire à Marseille*