

La construction de la qualité des produits alimentaires

**Le cas du soubala, des céréales
et des viandes sur le marché
de Ouagadougou au Burkina Faso**

Emmanuelle Cheyns
Nicolas Bricas

CIRAD

Avertissement

Les quatre contributions présentées ici sont des documents de travail qui ont servi à l'élaboration de publications en vue de leur soumission à des revues scientifiques sous une forme remaniée, publiée ou en cours d'évaluation.

Deux de ces contributions ont été présentées dans le cadre de séminaires :

La contribution de Nicolas BRICAS et Emmanuelle CHEYNS « Incertitudes et procédures de qualification des consommateurs urbains : le cas du soubala » a été présentée au séminaire « Qualification des produits et des territoires », Toulouse, octobre 1995, sous une première version intitulée : « Incertitudes et procédures de qualification des consommateurs urbains au Burkina. Le cas d'un condiment alimentaire traditionnel : le soubala ».

La contribution d'Emmanuelle CHEYNS « Le rôle des institutions professionnelles dans la production et la garantie de la qualité des produits » a été présentée, sous le titre original de : « Construction de la qualité et institutions professionnelles. Application au secteur artisanal alimentaire urbain en Afrique » à l'atelier international sur le développement des petites entreprises agroalimentaires en Afrique de l'Ouest et du Centre : organisations locales et dispositifs d'appui, Dakar, Sénégal, 30 novembre - 3 décembre 1999, Cta, Cirad, Enda-Graf.

Les quatre contributions sont en grande partie issues d'un travail de thèse mené au Burkina Faso entre 1994 et 1996, avec le département « Amélioration des méthodes pour l'innovation scientifique » du Cirad, le Centre national de recherche scientifique et technique (Cnrst) du Burkina Faso et la Faculté des lettres, des arts et des sciences humaines et sociales de Ouagadougou (Flashs). Les résultats ont par ailleurs été enrichis par des recherches réalisées dans le cadre du projet Alisa entre 1997 et 1999.

Nous remercions particulièrement Denis Réquier-Desjardins, Jean-Bernard Ouédraogo, Brehima Diawara et Charlotte Yaméogo pour leurs interventions au cours des recherches.

Photos de couverture : M-L. Gutierrez, S. Fournier

© Cirad 2003

ISBN 2-87614-540-5

Sommaire

| | |
|---|----|
| Résumé | 5 |
| Abstract | 6 |
| Introduction (N. Bricas, E. Cheyns) | 7 |
| Origine du projet..... | 7 |
| Des résultats centrés sur les dispositifs de qualification des produits | 7 |
| Présentation des contributions..... | 10 |
| Incertitudes et procédures de qualification des consommateurs urbains : le cas du soubala (N. Bricas, E. Cheyns) | 13 |
| La production du soubala et ses spécificités de qualité | 14 |
| Les incertitudes pour identifier la qualité du soubala | 19 |
| Les procédures de qualification du soubala par les consommateurs | 22 |
| Conclusion..... | 27 |
| L'implication des ressources locales dans les dispositifs de qualification des produits (E. Cheyns) | 29 |
| Du proche au standard : différents registres de « normalisation » | 29 |
| Spécificités des systèmes de qualification des produits artisanaux | 32 |
| Innovations : compromis et évolutions dans les dispositifs locaux de qualification | 35 |
| Conclusion..... | 41 |
| L'établissement d'un compromis sur la qualité : le cas des groupements de productrices de soubala (E. Cheyns)..... | 43 |
| Les spécificités du secteur artisanal de transformation des produits vivriers | 43 |
| L'épreuve marchande : suspicion sur la qualité des produits artisanaux..... | 46 |
| L'émergence de compromis : les groupements féminins | 50 |
| Conclusion..... | 55 |
| Le rôle des institutions professionnelles dans la production et la garantie de la qualité des produits (E. Cheyns) | 59 |
| Hétérogénéité et incertitude sur la qualité pour le consommateur | 59 |
| La « mise à l'épreuve » de l'offreur et des institutions | 65 |
| Conclusion..... | 73 |
| Bibliographie | 75 |
| Résumés des contributions | 81 |

Résumé

L'urbanisation rapide en Afrique de l'Ouest contribue au développement d'un secteur artisanal de transformation et de commercialisation des produits agricoles locaux. Vis-à-vis de ces produits, les consommateurs ont diverses attentes de qualité. Une préoccupation commune est d'acquiescer, sur le marché, des produits présentant des garanties de qualité sanitaire ou de conformité à des normes de fabrication. Des études de cas menées à Ouagadougou sur les céréales, les viandes et le soubala ont permis d'étudier la façon dont se construit la qualité des produits alimentaires. L'allongement des filières, la multiplication des intermédiaires, l'installation rapide de nouvelles transformatrices peu formées et un plus grand anonymat dans les relations accroissent l'incertitude des consommateurs sur la qualité des aliments. Face à cette incertitude, les consommateurs utilisent diverses procédures pour évaluer la qualité. La confiance établie par des relations interpersonnelles est un moyen fréquent pour réduire l'incertitude sur la qualité des aliments, mais elle n'est plus suffisante lorsque se distancient les relations entre les acteurs. Par ailleurs, peu de produits locaux sont qualifiés par des procédures industrielles assurées par des organismes possédant la légitimité nécessaire. Entre proximité de personnes qui se connaissent et normalisation industrielle, des formes de compromis se mettent en place. Le rôle des institutions professionnelles, qui représentent une multitude d'acteurs décentralisés et qui génèrent règles et confiance, y est primordial.

Abstract

Food product quality development processes. Case studies on soubala, cereal and meat products on the Ouagadougou market. The rapid urbanisation under way in West Africa has triggered the development of a small-scale local agricultural commodity processing and marketing sector. Consumers have different expectations concerning the quality of these products. Access to commodities with a guaranteed high sanitary quality or conformity to manufacturing standards is a primary concern of consumers. Case studies were carried out in Ouagadougou on cereal, meat and soubala based products to investigate food product quality development processes. The extension of commodity channels, the increased number of intermediaries, the sudden appearance of new, relatively untrained, food processing operators, and the increased anonymity in interactions has boosted consumer suspicion on food product quality. Consumers have thus adopted a range of strategies to assess the quality of these foodstuffs. Confidence established through interpersonal relationships is a common way of reducing uncertainty with respect to food product quality, but this strategy no longer applies when stakeholders in the commodity channel are not operating in close proximity. Moreover, few local commodities are certified by official agencies through standardised industrial procedures. Various trade-off situations are arising as a result of consumer confidence in closely knit small-scale operator networks and their compliance with certain standards. Professional institutions have a key role to play since they represent myriad decentralised stakeholders, enforce regulations and generate consumer confidence.

Introduction

Nicolas BRICAS, Emmanuelle CHEYNS, Cirad

Origine du projet

L'urbanisation rapide en Afrique de l'Ouest¹ contribue au développement d'un secteur de transformation et de commercialisation des produits agricoles locaux, essentiellement artisanal. L'essor de ce secteur conduit les institutions politiques et de recherche-développement à s'intéresser aux conditions de valorisation et à la compétitivité de ces produits, en portant une attention particulière à l'évolution de la demande urbaine, mais aussi aux conditions de production et d'échange de ces produits.

Autour de ce débat, le projet de recherche Alisa (« Alimentation, innovations et savoir-faire agro-alimentaires » au Bénin, au Burkina Faso et au Sénégal) nous conduit à centrer la question sur les interactions entre, d'une part, les changements de la consommation alimentaire en ville et, d'autre part, les changements dans les systèmes techniques et les savoir-faire de la transformation agro-alimentaire des produits locaux. Il s'agissait donc, dans un premier temps, de caractériser les évolutions dans chacun de ces deux champs, la consommation alimentaire et la transformation des produits, et, dans un second temps, de comprendre par quels mécanismes les changements dans l'un des champs avaient conduit à des changements dans l'autre.

Par rapport à ce questionnement, un groupe de chercheurs de l'équipe s'est positionné sur un segment plus spécifique : étant donné l'évolution des styles alimentaires et de l'offre urbaine, comment se construit la qualité des produits alimentaires en ville, quels types de construction de la qualité concourent à accroître la compétitivité des produits locaux sur les marchés urbains ?

Des résultats centrés sur les dispositifs de qualification des produits

Les résultats compilés dans ce rapport précisent tout d'abord en quoi la construction de la qualité des produits constitue un angle d'approche pertinent (parmi d'autres) pour aborder la question des interactions entre l'évolution des savoir-faire et de la consommation alimentaire.

En termes de résultats plus concrets et opérationnels, les résultats obtenus à l'issue du projet montrent une diversité des attentes de qualité selon les produits. Certains traits communs aux différentes situations peuvent être relevés. L'un d'entre eux concerne la préoccupation d'acquiescer, sur le marché, des produits présentant des garanties de qualité sanitaire ou de conformité à des « normes » de fabrication. Son étude présente un intérêt particulier pour la problématique du projet.

1. En 1990, la population urbaine en Afrique de l'Ouest était estimée entre 22 et 55 % de la population totale selon les pays concernés (Ocdé-Club du Sahel, Bad et Cilss, 1994).

L'urbanisation et la crise économique accroissent l'incertitude des consommateurs sur la qualité des aliments. L'urbanisation se traduit par un allongement des filières, une multiplication des intermédiaires et un plus grand anonymat dans les relations. Savoir d'où vient un aliment, qui l'a produit et dans quelles conditions devient de plus en plus difficile en ville. La crise économique s'est traduite par une multiplication des activités de transformation et de vente d'aliments en ville. Poussés par la nécessité de trouver de nouvelles sources de revenus, les citadins, et en particulier les femmes, ont pu entreprendre ce type d'activité du fait de son accès jugé relativement facile : le capital investi est faible et le savoir-faire est celui de la cuisine domestique ou de certaines activités spécialisées du village.

Concernant des produits pour lesquels le savoir-faire technique est complexe, la compétence des formatrices vendeuses urbaines est très souvent remise en cause. Parce qu'elles se sont installées rapidement, parce qu'elles sont jeunes, elles sont suspectées de n'avoir pas acquis, dans les règles de l'art, l'intégralité du savoir-faire. Celui-ci se transmet, en général de façon traditionnelle, par imitation sur une longue durée, des gestes des anciennes, mères, tantes ou parentes plus âgées. Ce mode d'apprentissage est désormais vécu comme contraignant par les jeunes qui veulent se lancer dans de nouvelles activités. Elles n'ont, de plus, pas d'alternative pour se former ailleurs, aucun système de formation n'existant pour apprendre un métier de l'alimentation autre que celui qui destine à travailler dans l'industrie.

Ce constat conduit à l'une des conclusions importantes sur la problématique du projet.

Un des problèmes d'ajustement entre les évolutions de l'alimentation urbaine et des savoir-faire agro-alimentaires paraît tenir dans ce décalage entre la durée et le rythme lent d'apprentissage des savoir-faire et la nécessité de pouvoir entreprendre rapidement une activité.

A partir de cette conclusion, on peut faire l'hypothèse qu'un nouveau système de formation permettant d'acquérir plus vite un savoir-faire permettrait de rassurer les consommateurs sur la qualité des aliments proposés par les artisanes. Encore faut-il, d'une part, que les bonnes pratiques de fabrication qui pourraient leur être apprises puissent effectivement être mises en œuvre dans un environnement difficile (par exemple : difficulté d'accès à l'eau potable). Encore faut-il, d'autre part, que ce type de formation soit reconnu par les consommateurs, autrement dit qu'il soit visible sur le lieu de vente par le biais d'un signe, et que celui-ci soit crédible et perçu comme un garant effectif de qualité.

D'une façon plus générale, la recherche privilégiée du profit des artisanes urbaines les rend susceptibles, aux yeux des consommateurs, de pratiques frauduleuses ou tout au moins non conformes aux règles traditionnelles de fabrication. Elles sont, par exemple, suspectées d'ajouter de l'eau dans le lait caillé, de la farine de manioc dans celle d'igname, de réduire la durée de fermentation du *soumbala* ou du *gari* pour gagner du temps, etc.

Dans cette situation d'incertitude, comment les consommateurs font-ils pour évaluer la qualité des produits ? Les entretiens réalisés indiquent une diversité de moyens mobilisés, variables d'un consommateur et d'un produit à l'autre. On peut rendre compte de la diversité des procédures de qualification par la typologie suivante.

Procédures de qualification directe : elles mettent en relation directe le sujet et l'objet. Le consommateur évalue la qualité d'un bien par l'intermédiaire de l'appréciation de ses caractéristiques sensorielles. Il mobilise ses compétences tactiles, visuelles, de l'odorat, gustatives, etc. Ces procédures sont souvent insuffisantes pour totalement qualifier le produit, certaines caractéristiques n'étant pas directement visibles, en particulier dans le cas des aliments.

Procédures de qualification indirecte : elles mettent en relation le sujet et l'objet par le biais d'un tiers. Ces procédures ont été étudiées à partir de la grille de lecture de l'économie des conventions (Boltanski et Thevenot, 1990) et sont détaillées notamment dans les deux premières contributions de ce rapport.

Dans le cas des aliments proposés dans les villes africaines, les comportements d'achats et les pratiques d'évaluation de la qualité tels qu'identifiés au cours des observations et entretiens permettent d'établir de nouvelles hypothèses de travail.

Peu de produits locaux sont qualifiés par le biais de procédures industrielles (confiance dans une norme, établie et contrôlée par des critères objectivement mesurables).

D'une part, les produits locaux qui font l'objet de contrôles ou de certifications par des procédures normalisées sont peu nombreux. La majorité des produits locaux provient du secteur artisanal.

D'autre part, les contrôles ou certifications ne peuvent avoir une crédibilité que si les institutions qui les assurent sont elles-mêmes crédibles. Or, la confiance dans l'Etat ou dans les entreprises privées n'est pas toujours très grande. Le cas du tampon d'abattoir à Ouagadougou, qui représente un signe important de qualité pour les consommateurs, révèle néanmoins l'intérêt potentiel de ce type de procédure industrielle. Mais en l'occurrence, il semble que si la crédibilité de ce signe est grande, c'est parce que, du point de vue institutionnel, l'Etat a étroitement associé les professionnels de la boucherie à la mise en place du système de contrôle. Tout cela montre au moins une chose : la question de la normalisation des biens ne peut être posée indépendamment de celle des institutions qui les sous-tendent et de leur légitimité et crédibilité. Autrement dit, l'établissement de normes pour les produits alimentaires ne prend réellement son sens que si les consommateurs peuvent y croire.

Par ailleurs, la confiance établie par des relations interpersonnelles apparaît un moyen très fréquemment mobilisé pour réduire l'incertitude sur la qualité des aliments. La fidélisation des relations entre vendeuse et cliente agit comme un antidote à l'anonymat des relations que favorise la ville et aux risques d'opportunisme. Si ce type de procédure domestique de qualification apparaît particulièrement mobilisé pour les produits artisanaux, on peut se demander s'il peut être suffisant pour des produits plus industriels pour lesquels il existe moins de proximité entre les acteurs de la filière. C'est en tout cas bien là le problème de nombre de petites entreprises semi-industrielles qui se sont créées ces dernières années. Leurs produits se positionnent de façon souvent contradictoire sur le marché : d'un côté, le conditionnement des produits en emballage scellé, la présence d'une étiquette, leurs lieux de vente donnent une image de produits formellement contrôlés et de ce fait rassurants. De l'autre, l'existence même de ces emballages fermés empêche une évaluation sensorielle avant achat, et l'entreprise, même semi-industrielle, peut être perçue comme une « boîte noire » dont la logique de profit n'apparaît pas forcément compatible avec le respect des règles déontologiques ou éthiques. Pour ce type d'entreprises, l'effort à porter sur les caractéristiques de qualité du produit ne suffit donc pas. C'est aussi bien dans la relation avec la clientèle, dans l'image de l'entreprise que s'élabore la qualité.

De l'ensemble de ces considérations, il ressort deux grandes conclusions.

D'une part, la construction de la qualité est une entrée très pertinente pour aborder la relation entre l'évolution de la demande des consommateurs et celle des savoir-faire mobilisés dans l'offre alimentaire, thème central de ce projet de recherche.

D'autre part, l'étude de la construction de la qualité gagne à intégrer celle des institutions qui génèrent règles et confiance. Dans un contexte où le secteur artisanal prédominant se caractérise par une multitude d'acteurs décentralisés, la question des institutions professionnelles qui, à la fois représentent ces acteurs et supportent ces règles, devient primordiale.

Présentation des contributions

Les contributions qui suivent s'appuient sur des études de cas menées à Ouagadougou autour de la qualification de produits vivriers que sont les céréales, les viandes et le *soumbala*². Ce dernier produit a plus particulièrement retenu notre attention.

Le « soumbala » est le nom mandingue d'un condiment alimentaire « traditionnel » des zones de savanes d'Afrique de l'Ouest, préparé à partir de graines de néré (*Parkia biglobosa*). On le retrouve sous différents noms suivant les pays ou régions : « nététou » au Sénégal, « kalgho » chez les Mossis du Burkina, « dawadawa » au Nigeria. Au Burkina Faso, ce nom générique regroupe en fait des produits aux goûts, textures et formes légèrement différents et propres à des groupes socioculturels et à des régions spécifiques. L'urbanisation a cependant entraîné le développement d'une production artisanale de soumbala plus « standard ». Un centre de recherche agroalimentaire au Burkina Faso³ étudiait, au démarrage de ce travail, la possibilité d'une production plus industrielle de ce condiment tout en s'interrogeant sur les avantages que présenterait un tel produit pour les consommateurs. La question qui nous intéressait était donc celle de l'évolution des procédures de qualification de ce condiment liée au contexte d'urbanisation.

La première contribution présente des résultats obtenus « à mi-parcours » du travail de recherche : qu'est-ce que la qualité du soumbala pour les consommateurs, où se situe l'incertitude sur la qualité du produit lors de l'achat, quelles sont les procédures de qualification du produit, mobilisées par les consommateurs, pour réduire cette incertitude. La distinction entre qualification « directe » et « indirecte » a été introduite. Les procédures de qualification « indirectes », supportées par des objets particuliers, ont été analysées au travers d'une grille de l'économie des conventions, qui permet de distinguer différents registres de qualification des produits. A ce stade de l'étude, était repérée une « suspicion » des consommateurs urbains vis-à-vis du « soumbala de marché », vendu dans des conditions d'anonymat relatif, qui contrastait avec les situations de qualification établies par la proximité des personnes, et préalablement présentées. Enfin, la contribution présente des premiers résultats sur la perception par les consommateurs d'un soumbala « semi-industriel ». Ces trois derniers éléments : procédures de qualification du produit, suspicions sur les marchés urbains vis-à-vis des produits transformés artisanaux, et solutions envisagées (telles que la production d'un soumbala semi-industriel), sont repris de façon plus approfondie dans les deux contributions suivantes.

Les procédures de qualification du soumbala qui paraissent adéquates aux acteurs sont liées à des ressources qui engagent la proximité entre les personnes et les produits. Elles sont analysées dans la deuxième contribution. Il s'agit notamment de l'approvisionnement au village chez une parente productrice de soumbala (la moitié des ménages) et de la fidélisation à une préparatrice-vendeuse de Ouagadougou (un tiers des ménages). D'une manière générale, la diversité des régimes de qualification des produits est mise en évidence dans cette deuxième contribution. De la proximité entre des personnes qui se connaissent à la normalisation industrielle, des formes de compromis intermédiaires se mettent en place. D'une part, la fidélisation de proximité n'est pas toujours possible dans des conditions d'échange urbain, d'autre part, la normalisation du produit conduit à une standardisation qui n'est pas forcément recherchée par les consommateurs. C'est entre ces deux formes que la question des institutions devient primordiale pour régler le problème de la qualification des produits.

En dehors de l'approvisionnement au village ou de proximité en ville, les ménagères ont recours au marché urbain. Dans ces conditions particulières de l'échange, établi en dehors de

2. Ces résultats sont issus d'un travail de thèse entre 1994 et 1997, poursuivi dans le cadre du projet Alisa jusqu'en 1999.

3. Le Dta, Département de technologies alimentaires, dont un groupe de chercheurs est membre du projet Alisa.

toute relation d'engagement (telle que la fidélisation), les consommateurs critiquent la qualité du produit. Ils suspectent les transformatrices et vendeuses de fraudes, de manque de soin et de savoir-faire, et d'ignorance en matière de règles d'hygiène. Les deuxième et troisième contributions présentent cette situation, en tentant d'en expliquer les raisons. Sont incriminées notamment les conditions de l'échange « dépersonnalisantes » et les conditions d'entrée en production non fondées sur un mode de connaissance particulier. Cette situation se révèle de plus en plus générale et concerne quasiment tous les produits, dès lors qu'ils sont transformés de façon artisanale. Cela dit, la troisième contribution présente l'intérêt de distinguer deux types d'artisanat, et de préciser que c'est surtout l'artisanat non-spécialisé qui est concerné par cette critique.

Pour tenter de dépasser cette situation de « tension critique » sur des marchés anonymes, deux types d'initiatives locales ont été repérés :

- l'élaboration d'un procédé semi-industriel de fabrication du soubala 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 (deuxième contribution) ;
- les groupements féminins de production créés lors de « la révolution sankariste » ; ils tentent d'établir un nouveau « compromis » entre des ressources domestiques, civiques, marchandes et industrielles, permettant par-là un accord sur la qualité territoriale et hygiénique du soubala, bien que produit en milieu urbain (troisième contribution).

Outre la réflexion apportée sur les groupements féminins, qui constituent une forme organisationnelle de compromis, la quatrième et dernière contribution ajoute des éléments sur ce que les « institutions » et notamment les « professions » apportent dans la production et la garantie de qualité au consommateur.

Incertitudes et procédures de qualification des consommateurs urbains : le cas du soumbala⁴

Nicolas BRICAS, Emmanuelle CHEYNS, Cirad

L'urbanisation accélérée que connaît l'Afrique sub-saharienne depuis quelques décennies a des conséquences particulières pour la problématique alimentaire. Elle est à la fois porteuse de risque et d'opportunité.

Le risque est un recours croissant aux importations du marché international pour assurer la sécurité alimentaire de la population, notamment celle des grandes villes. Dans certains pays, ce recours est important. Il contribue au déficit des balances commerciales, à la concurrence des produits locaux par des produits importés à bas prix.

L'opportunité est liée à l'effet d'entraînement qu'exercent les marchés urbains sur la production agricole locale. Les produits vivriers tendent ainsi à passer du stade d'autoconsommation en zone rurale à celui de produits de rente destinés aux citadins. Cette évolution est déjà bien visible autour des centres urbains. Elle tend cependant à s'amplifier depuis la dévaluation des monnaies locales (franc Cfa en zone franc, naira au Nigeria). Le recours aux importations étant devenu plus coûteux, l'heure est à la conquête ou à la reconquête des marchés urbains par les produits locaux.

Dans ce contexte, la question des attentes des consommateurs urbains vis-à-vis de leur alimentation est devenue primordiale. Or, force est de constater que ces nouvelles exigences des citadins, notamment en matière de qualité des aliments, ont été plus souvent présupposées que réellement étudiées. Pour expliquer l'importance qu'ont pris certains produits importés dans l'alimentation des citadins, divers facteurs ont ainsi été mis en avant : ces produits seraient moins coûteux, plus faciles à utiliser, plus rapides à cuisiner, se conserveraient plus longtemps, et, d'une façon générale, seraient jugés de meilleure qualité que les produits locaux. Ce jugement serait lié aux contraintes du mode de vie urbain et aux comportements mimétiques des citadins africains, qui, sous l'effet de la domination économique de pays industrialisés, tendraient à en imiter le mode de vie et de consommation.

C'est sur la base de ces hypothèses que diverses tentatives d'industrialisation des filières agro-alimentaires locales ont été tentées depuis une trentaine d'années. L'idée générale était de produire des aliments locaux stabilisés, standardisés, présentant des garanties industrielles de qualité hygiénique, commodes d'utilisation et rapides à cuisiner. Dans certains cas, des produits de substitution aux produits importés à base de matière première locale ont été mis au point : pain, pâtes, biscuits à base de farine composée (blé et amyloacés tropicaux), « riz de maïs », « bière de sorgho », etc. Dans d'autres cas, l'industrialisation de la production d'aliments tradi-

4. La première version de ce texte, *Incertitudes et procédures de qualification des consommateurs urbains au Burkina. Le cas d'un condiment alimentaire traditionnel : le soumbala*, a été présentée au séminaire « Qualification des produits et des territoires », Toulouse, octobre 1995. Les auteurs tiennent à remercier Jean-Bernard Ouedraogo et Charlotte Yameogo (Faculté des lettres, arts et sciences humaines et sociales de l'Université de Ouagadougou), Bréhima Diawara (Laboratoire de biochimie et technologie alimentaire du Centre national de la recherche scientifique et technologique du Burkina) pour leurs conseils lors de l'organisation des enquêtes de terrain. Ils remercient également Laurent Thévenot (Institut international Paris La Défense), Robert Salais (Cnrs Iepe, Paris) et Marie Thérèse Letablier (Centre d'études de l'emploi, Paris) pour leurs commentaires et suggestions.

tionnels a été tentée : farines, semoules et couscous de céréales locales (mil, sorgho, maïs), « attiéké » et « gari » (couscous et semoule de manioc), « foutou » (flocons d'igname). Dans un cas comme dans l'autre, ces expériences n'ont pas rencontré le succès commercial espéré. Plusieurs raisons expliquent ce constat : difficultés pour les entreprises de s'approvisionner régulièrement en matière première ; problèmes techniques pour maîtriser la qualité des produits ; prix de vente des produits finis trop élevés par rapport au pouvoir d'achat des consommateurs et par rapport au prix des produits artisanaux concurrents ou au coût de revient des mêmes produits préparés à domicile ; faible taux de rachat par les consommateurs jugeant certains de ces produits « industriels » de « mauvaise qualité ». Parallèlement, on observe un fort développement de l'artisanat alimentaire. Celui-ci propose une gamme de produits diversifiés, tant traditionnels que nouveaux, largement consommés par les citadins. Il occupe aujourd'hui une place prépondérante dans le secteur de la transformation et du ravitaillement des villes en produits vivriers locaux.

Ce constat, croisé avec des résultats d'observations fines de l'évolution des styles alimentaires urbains, conduit à remettre en cause les hypothèses sur les attentes des citadins en matière de qualité agro-alimentaire. Ces attentes apparaissent plus complexes que les hypothèses initiales ne le laissent croire. Elles sont variables selon les aliments, selon l'utilisation qui en est faite, et selon les consommateurs. L'évolution des styles alimentaires urbains apparaît marquée par un double mouvement de continuité et de rupture par rapport aux styles alimentaires ruraux. Ce mouvement s'observe aux trois niveaux : (1) des produits consommés ; (2) des pratiques d'acquisition, de transformation, de préparation et de consommation ; (3) des représentations de ces produits et de ces pratiques. Il se traduit par une tendance générale à la diversification des produits et plats consommés et des pratiques alimentaires (Bricas, 1992 ; Cheyns, 1993), et par l'apparition de nouvelles procédures de qualification des produits.

La présente contribution s'inscrit dans le cadre d'une recherche menée par le Cirad-Sar et divers partenaires africains sur l'évolution de l'identification et de la gestion de la qualité agro-alimentaire liée au processus d'urbanisation. Elle s'appuie sur le cas d'un condiment traditionnel des zones de savanes de l'Afrique de l'Ouest : le soubala. Ce nom générique regroupe en fait des produits aux goûts, textures et formes légèrement différents et propres à des groupes socio-culturels et à des régions spécifiques. L'urbanisation a cependant entraîné le développement d'une production artisanale de soubala plus « standard ». Un centre de recherche agroalimentaire du Burkina étudie actuellement la possibilité d'une production plus industrielle de ce condiment, mais s'interroge sur les avantages que présenterait un tel produit pour les consommateurs.

La question qui nous intéresse dans cette contribution est donc celle de l'évolution des procédures de qualification de ce condiment liée au contexte d'urbanisation. Cette évolution conduit-elle à la réduction progressive du marché des soubalas « traditionnels » spécifiques à des territoires au profit de produits plus standards ? Quelles sont les perspectives de marché pour un soubala plus industriel ?

La production du soubala et ses spécificités de qualité

Le « soubala » est le nom mandingue d'un condiment alimentaire préparé à partir de graines de néré (*Parkia biglobosa*). Il est commun à plusieurs pays ouest-africains où on le retrouve sous différents noms : « nététou » au Sénégal, « kalgho » chez les Mossis du Burkina, « dawadawa » au Nigeria.

Le récit du voyage d'un capitaine français à Ouagadougou en 1887 témoigne de l'ancienneté et de l'importance de ce produit dans l'actuel Burkina : « Ce que l'on trouve en abondance sur les marchés du Mossi, c'est le kalgho, fabriqué avec les fruits du néré ou nétté (...). C'est avec les graines que l'on fabrique la sauce dite soubala en Mandé, ou kalgho en Mossi. Les graines sont

grillées, puis brisées et fermentées dans l'eau. Pelées, elles constituent une pâte dont on fait des boulettes de diverses grosseurs. Le soubala se conserve très longtemps. Partout on en trouve à acheter sur les marchés. Les ménagères s'en servent pour la confection de presque toutes leurs sauces. On peut dire que le soubala ou kalgho est la base de toutes les préparations de sauces, il est connu par tout le Soudan»⁵.

Notre enquête⁶, montre que ce produit reste toujours largement consommé à Ouagadougou : 96 % des personnes interrogées l'utilisent, dont 55 % tous les jours et 23 % tous les deux jours.

La fabrication du soubala et les variantes du procédé

Les fruits du néré se présentent sous forme de gousses contenant des graines plates d'environ 5 mm de diamètre au sein d'une pulpe sèche jaune.

La première opération, réalisée au village, consiste à séparer les graines de la pulpe après ouverture des gousses. Ces graines contiennent une amande recouverte d'une fine pellicule sombre et d'une coque très dure. La seconde opération consiste alors à décortiquer les graines pour récupérer les amandes. Ce décorticage peut être effectué de deux façons :

- pilage avec du sable ; lavage ; cuisson (environ 12 heures) ; pilage ;
- cuisson (24 à 72 heures) qui a pour effet de ramollir les coques ; pilage.

Les amandes sont ensuite lavées pour achever l'élimination des enveloppes. Cette étape conditionne la qualité du produit fini. Les critiques apportées à certains soubalas par les consommateurs sont souvent relatives au manque de soin accordé par les préparatrices à la réalisation des lavages.

Les amandes sont ensuite cuites à l'eau quelques heures puis mises à fermenter durant plusieurs jours. Cette étape ne requiert que peu de travail effectif, mais son bon déroulement conditionne largement l'obtention d'un produit fini de qualité. 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. Une fermentation non réussie peut conduire à l'obtention d'un produit inconsommable. Certaines pratiques sont cependant employées par des préparatrices pour accroître les chances de réussite de cette opération : adjonction de cendre, dépôt de brindilles dans les paniers, sur la surface des amandes, etc. Ces pratiques sont justifiées comme des moyens de conjurer l'effet néfaste de forces invisibles ainsi que l'explique une femme de Ouagadougou : « Pendant la fermentation, si quelque chose touche, ça se gâte ; quand quelqu'un va mourir par exemple, il peut gâter le soubala. Et quand on met les grains pour bouillir, si un enfant grille la viande là-bas, ça se gâte. (...) Mettre des brindilles de balai, c'est pour empêcher que quelque chose touche, mais ce n'est pas toujours efficace. Parce qu'il arrive quand même qu'en ouvrant le soubala après fermentation, ce soit devenu comme du coton : ça c'est quand quelqu'un va mourir »⁷.

A l'issue de la fermentation, les amandes devenues pâteuses, très odorantes et ayant pris une coloration brune à noire, sont façonnées à la main sous forme de boules de taille variable selon les préparatrices. Dans certains cas, ces boules peuvent être séchées au soleil durant quelques jours.

5. Du Niger au golfe de Guinée. Par le capitaine Binger (1887-1889), *In Mémoires de la Société des africanistes*, Paris, Hachette, 1982.

6. L'enquête menée à Ouagadougou s'est déroulée en deux phases :

- une série d'entretiens approfondis avec un panel de ménagères différenciées ; ces entretiens ont été enregistrés au magnétophone ; dans la suite du texte, les phrases figurant en italique sont la traduction littérale de ces entretiens en langue locale ou la transcription exacte de ceux enregistrés en français ;
- une enquête par questionnaire sur un échantillon représentatif de la population de Ouagadougou composé de 160 personnes. Cette enquête a été réalisée en août 1994.

7. Pour cette femme, la technique des brindilles n'est pas efficace, car de toute façon la non réussite de la fermentation est liée à la mort d'une personne. Il est fait référence ici au doublement d'une personne avant sa mort : c'est le double invisible qui se promène, et en touchant le soubala, compromet et altère la fermentation.

La fabrication du soubala



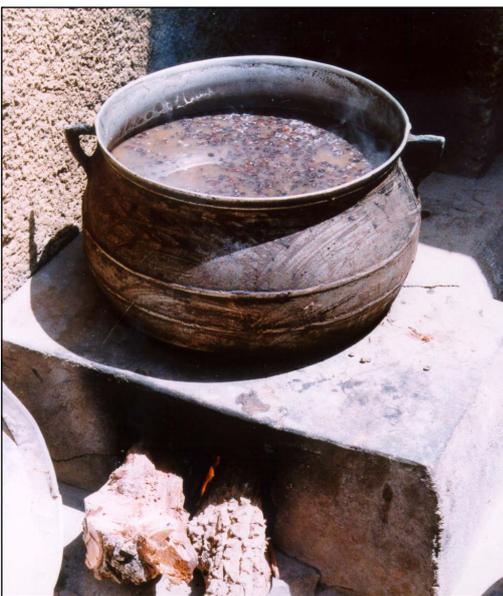
E. Cheyns

Photo 1. Décorticage des graines de néré au pilon-mortier.



E. Cheyns

Photo 2. Lavage des graines pour éliminer les pellicules sombres entourant l'amande.



E. Cheyns

Photo 3. Cuisson des graines de néré.



E. Cheyns

Photo 4. Après fermentation, broyage des graines sur la meule (procédé "Bissa").



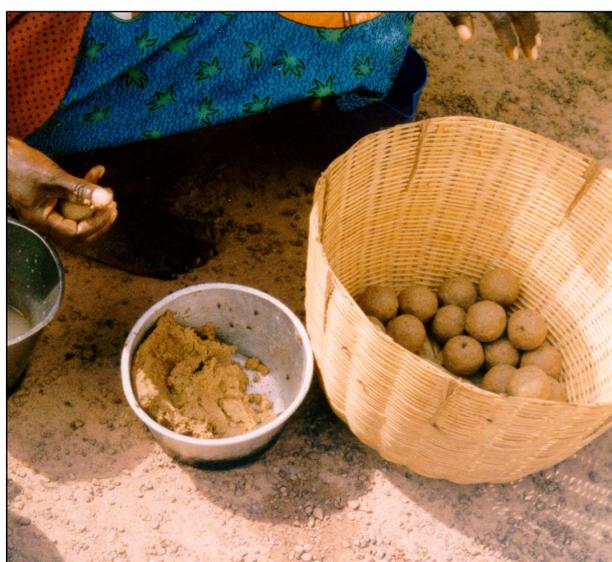
E. Cheyns

Photo 5. Mise en boule des graines fermentées et broyées.



E. Cheyns

Photo 7. Vente des boules de soumbala au grand marché de Ouagadougou. Les boules plus claires (sur la table) sont du soumbala "sec" ; les boules plus foncées (au sol) sont du soumbala "frais". Des boules de différentes tailles sont proposées à la vente.



E. Cheyns

Photo 6. Boules de soumbala.



E. Cheyns

Photo 8. Echantillons de "Soumbala-cube" testés auprès des consommateurs (procédé mis au point au Cnrst).

Ce procédé de fabrication comporte donc plusieurs étapes qui nécessitent un savoir-faire et des soins importants, et que chaque préparatrice réalise avec des variantes. De ce fait, la qualité du produit fini est variable d'une fabricante à l'autre et, pour une même préparatrice d'un lot à l'autre. On trouve ainsi, sur les marchés, des soubalans 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. Le soubalan le plus courant sur les marchés de Ouagadougou est celui des Mossis, principal groupe socioculturel représenté dans cette ville. Mais on trouve également des soubalans fabriqués selon certaines variantes du procédé, spécifiques à certains « territoires ». Le territoire est, dans ce sens, défini comme un espace d'acteurs qui partagent les mêmes pratiques et les mêmes savoir-faire⁸. Il peut renvoyer à différentes entités, de l'espace géographique qui comprend un groupe ethnique spécifique (les Bissas dans la région de Tenkodogo, etc.) à celui du village d'origine.

Ainsi, les soubalans produits par les Sénoufos et les Bissas ont la particularité d'être composés d'amandes de néré entièrement broyées, alors que le soubalan 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. Cette caractérisation du soubalan par son territoire se révèle dans le langage des consommateurs de Ouagadougou qui distinguent, le « soubalan bissa », le « soubalan mossi », le « soubalan de Bobo », le « soubalan sénoufo », etc.

Cependant, cette distinction ne renvoie pas seulement, comme on le verra, à des différences objectives de caractéristiques du produit, mais aussi à la confiance que chacun accorde aux préparatrices pour le soin apporté à la fabrication. Cette confiance est notamment établie par l'appartenance à un même groupe social ou territorial du consommateur et de la préparatrice.

L'offre en soubalan sur les marchés de Ouagadougou se caractérise donc par une hétérogénéité des qualités spécifiques. A quelles attentes de la part des consommateurs correspondent-elles, autrement dit, quelles sont les caractéristiques de ce produit, au sens de Lancaster⁹, à quelles fonctions correspond sa consommation ?

Les caractéristiques recherchées par les consommateurs à travers la consommation du soubalan

Des entretiens approfondis menés auprès de consommateurs et de préparatrices et vendeuses de soubalan révèlent plusieurs caractéristiques reconnues et recherchées dans l'utilisation de ce produit

Le soubalan est perçu comme un condiment indispensable dans certaines sauces de plats. Il permet de spécifier et d'améliorer leur goût et de les rendre plus appétissantes ;

D'autres caractéristiques renvoient aux conditions d'utilisation du produit. Selon qu'il devra être réduit ou non en poudre, qu'il devra être conservé plus ou moins longtemps, la ménagère recherchera, par exemple, un soubalan plus ou moins sec.

Au-delà de ses caractéristiques culinaires, le soubalan est reconnu pour ses vertus thérapeutiques (« *le soubalan soigne la tension* », « *donne la santé* »), nutritives (« *il apporte des vitamines* ») et énergétiques (« *le soubalan donne la force* »). Il est considéré, de ce fait, comme indispensable à l'homme. On lui reconnaît aussi son caractère naturel et sans produits chimiques.

8. C'est aussi le sens donné au mot tout au long de l'article.

9. Nous utilisons ici le terme de caractéristique au sens proposé par Lancaster (1966) des propriétés de l'objet pertinentes pour son choix par le consommateur. Bien que dans sa définition Lancaster limite les caractéristiques à des propriétés objectives et donc mesurables, nous étendrons notre définition aux propriétés perçues.

La consommation de soubala permet enfin d'affirmer une identité, en exprimant son appartenance à un territoire. Il est perçu comme un héritage : « *Je suis "née trouvé"¹⁰ le soubala, mes parents en consommaient, moi aussi* », « *c'est une tradition* », « *je consomme le soubala car je suis Mossi* ».

Ces caractéristiques ont une importance relative selon les consommateurs, et renvoient à des préférences spécifiques à des groupes de consommateurs.

Certaines de ces caractéristiques peuvent être directement identifiées ou évaluées par le consommateur au moment de l'acquisition du produit : le goût, l'odeur, la texture, la couleur, permettent par exemple d'évaluer des caractéristiques culinaires recherchées. D'autres caractéristiques sont par contre plus difficiles à évaluer. Notamment, les conditions de vente en ville n'offrent plus de garanties suffisantes sur, par exemple, l'origine territoriale du produit ou le respect de bonnes pratiques de fabrication.

L'apparition de nouvelles incertitudes pour identifier la qualité du soubala est une préoccupation pour les consommateurs urbains. Elle mérite une attention particulière pour comprendre les procédures de qualification mises en œuvre.

Les incertitudes pour identifier la qualité du soubala

L'expression de l'incertitude par les consommateurs ouagalais

Les trois quarts des ménagères interrogées indiquent qu'il leur arrive de douter de la qualité du soubala, et la moitié (52 %) indiquent qu'il leur arrive de se tromper sur la qualité en achetant du soubala. Les conséquences de ces erreurs ne sont pas seulement d'ordre culinaire (« *la sauce est ratée* ») ; elles peuvent être aussi sanitaires (« *maux de ventre* », « *nausées* »). Nous regrouperons les remarques enregistrées à ce propos, en quatre catégories.

L'incertitude sur les caractéristiques physiques du produit : il s'agit de l'incertitude sur les caractéristiques physiques (intrinsèques) du soubala, telles que la composition du produit (type de graines), le degré de séchage, etc. Seules 10 % des personnes interrogées ont évoqué ce niveau d'incertitude : « *En saison des pluies, dans la plupart des cas, tu ouvres la boule : il y a des vers dedans. Bon, mais en achetant, comme tu ne peux pas casser la boule devant la personne, tu peux prendre comme ça. Et arrivée chez toi, tu casses : tu vois que l'intérieur n'est pas encore sec* » ; « *En préparant le soubala, c'est là que j'ai vu qu'en fait, ils avaient mélangé des graines d'oseille avec le néré* ».

L'incertitude sur l'origine territoriale du produit : elle est plutôt évoquée par des ménagères originaires de régions où sont produits des soubalas de qualité territoriale spécifique. « *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, 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* ». Dans ce cas, la caractéristique physique du soubala (présenté sous forme broyée) qui permettait d'en reconnaître l'origine territoriale n'est plus suffisante.

L'incertitude sur les compétences et le savoir-faire des préparatrices, et sur le respect du procédé de préparation. Ce niveau d'incertitude est mentionné par 24 % des personnes interrogées. Les préparatrices sont suspectées d'ajouter de la potasse pour accélérer la fermentation, de réduire le temps de cuisson pour économiser le bois, etc.

10. Née trouvé (*Doghem-mikri* en mooré) : "naître et s'apercevoir qu'on fait ainsi" (dictionnaire R. Alexandre, 1953).

L'incertitude sur les conditions hygiéniques de transformation et de vente. Plus du tiers (37 %) des ménagères évoquent cette question et plus particulièrement sur deux principaux points : d'une part, l'exposition du produit à la poussière, notamment lors du séchage et de la mise en vente ; d'autre part, la présence de sable ou de cailloux dans la boule de soubala. Il s'agit en fait du sable utilisé pour faciliter le décorticage, normalement éliminé lors du lavage des amandes.

Ces incertitudes, telles qu'évoquées par les consommateurs sont d'abord liées à la nature du produit, à la complexité et aux difficultés de maîtriser sa fabrication, comme nous l'avons expliqué précédemment. L'information fournie à partir des caractéristiques physiques du produit est souvent insuffisante pour définir sa qualité. L'aspect des boules, leur couleur, odeur, texture ne suffisent pas à renseigner sur les soins apportés à la fermentation ou au séchage ou sur le respect de procédés spécifiques à certains territoires. De plus, il « existe un décalage entre les qualités perçues par les acteurs et les caractéristiques réelles du produit », qui provient de la « difficulté à définir et à mesurer toutes les dimensions de la qualité pour chaque produit et chaque acteur » (Sylvander, 1992).

A Ouagadougou, ces incertitudes sont cependant accrues du fait de l'évolution des compétences des ménagères et des artisanes, et des conditions de production et d'acquisition du produit sur un marché urbain.

Une incertitude renforcée par le contexte urbain

L'évolution des compétences des consommateurs

Évaluer la qualité d'un soubala à la vue de ses caractéristiques physiques nécessite un savoir spécifique de la part du consommateur, et en particulier de la personne qui acquiert le produit. Ce savoir est traditionnellement acquis au village au cours de l'apprentissage culinaire des jeunes filles par leur mère ou leur tutrice. Pour le soubala, cet apprentissage se fait d'autant plus facilement que de nombreuses femmes fabriquent elles-mêmes le soubala pour leurs propres besoins de consommation. Tout au moins, cette fabrication existe dans la plupart des villages et peut donc être vue.

Il n'en est plus de même à Ouagadougou où les conditions de vie et d'habitat rendent cette autoproduction beaucoup plus difficile. Les jeunes filles nées en ville ont par conséquent une moindre connaissance de ce produit et de ses conditions de fabrication. Leur moindre compétence pour évaluer la qualité du soubala encourage sans doute le développement d'une offre de produits moins soigneusement préparés ce qui conduit à remettre davantage en cause la pertinence des caractéristiques physiques pour évaluer la qualité.

La remise en cause du professionnalisme des préparatrices et commerçantes en ville

Actuellement, la production du soubala est réalisée par les femmes, à l'échelle individuelle ou collective. Traditionnellement, la fabrication était faite en milieu rural, essentiellement pour les besoins d'autoconsommation. Une partie pouvait être vendue sur les marchés ruraux. Avec l'urbanisation, on assiste au développement de cette transformation artisanale marchande dans les villages, mais aussi en zone périurbaine et urbaine. Dans ces derniers cas, la transformation est réalisée à partir de graines déulpées provenant des zones rurales de cueillette. Cela n'empêche cependant pas certaines femmes âgées (« *les vieilles du quartier* ») de préparer du soubala selon le procédé spécifique à leur territoire d'origine.

La commercialisation du soubala s'effectue soit directement par les artisanes sur le lieu de production ou au marché, soit, et de plus en plus, par l'intermédiaire de revendeuses installées sur les marchés ou dans les rues. Les revendeuses achètent les produits directement dans les villages ou auprès de fabricantes urbaines, sous forme de boules déjà façonnées, ou en

vrac ; elles finalisent alors la présentation du produit. A noter qu'actuellement, le soubala n'est pas vendu dans les structures de distribution comme les épiceries ou les supermarchés. Cette apparition des intermédiaires dans la commercialisation du soubala contribue à accroître l'incertitude sur la qualité : *« Vous voyez, à Ouaga le commerce est difficile... Si c'est en zone rurale, on connaît les préparatrices de soubala qui sont en même temps les vendeuses. On sait qu'à une telle, 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... »*

Pour les ménagères ouagalaises, le soubala du village est considéré comme meilleur, plus propre, mieux préparé : *« les temps de cuisson sont respectés »* ; *« on y accorde plus de temps et de soin... »* Les fabricantes rurales de soubala sont perçues comme des professionnelles. On leur reconnaît une compétence. Il faut souligner que ces préparatrices, avant d'accéder à leur statut de professionnelles, bénéficient d'un apprentissage assez complet. Le savoir est transmis localement, au sein d'une communauté.

A Ouagadougou, la reconnaissance de la compétence des préparatrices n'est plus unanimement admise et la non qualification de certaines préparatrices est observée : *« Je prends mon soubala au village pour une question de qualité. Parce que les conditions vraiment, l'hygiène ici, à Ouaga, c'est pas ça. Tu peux rencontrer une femme qui est là, au bord du barrage, ou vraiment dans des lieux malpropres. Et comme elles font le soubala pour le commerce... »* Les critiques sur la mauvaise hygiène relative à la préparation à Ouagadougou sont ainsi émises par 71 % des ménagères.

Deux raisons peuvent être avancées pour expliquer cette remise en cause.

En ville, pour tenter d'améliorer les conditions de vie du ménage et compléter la somme allouée au budget alimentaire, beaucoup de femmes « s'improvisent » commerçantes ou préparatrices, et se lancent dans le petit commerce ou dans l'artisanat alimentaire sans avoir forcément bénéficié d'un apprentissage complet. Dans le domaine agro-alimentaire, il n'existe pas, au Burkina ou en Afrique, de formations formelles qui permettent d'acquérir le savoir et le savoir-faire pour la mise en oeuvre des procédés traditionnels. Ces formations sont assurées dans le cadre domestique et sont soumises à des « règles » sociales de transmission du savoir qui ne rendent pas possible d'apprendre à n'importe qui un savoir socialement transmis de génération en génération. Sa diffusion est ainsi sélective, se réalise généralement sur de longues périodes et ne peut se faire qu'à certaines conditions de réciprocité. Sous le besoin pressant d'obtenir de nouvelles ressources financières, les candidates à de nouvelles activités, souvent jeunes, ne peuvent prendre le temps nécessaire à un véritable apprentissage avant de démarrer leur activité. Cet apprentissage se fait alors sur la base d'un savoir-faire sommaire acquis initialement, complété par les tâtonnements et l'expérience acquise progressivement « sur le tas ». *« La jeunesse d'aujourd'hui ne fait pas beaucoup attention au travail. Tout est fait à la hâte. Ce sont les vieilles personnes qui font les bonnes choses »*. Ainsi, même si se lancer dans la préparation de soubala nécessite un minimum de savoir, celui-ci ne rivalise pas toujours avec celui transmis traditionnellement dans le but d'acquérir une compétence reconnue.

Outre l'acquisition d'un savoir, les difficultés financières à Ouagadougou contraignent certaines préparatrices à « se débrouiller » en diminuant les temps de cuisson pour économiser du bois, en accélérant la fermentation, ou encore en négligeant certaines étapes qui demandent du temps et des soins importants tels que le lavage et le triage. Tout cela a des conséquences préjudiciables sur la qualité. *« Les gens ne font plus attention à leur travail, chacun cherche l'argent mais ne se soucie plus du travail bien fait »*. La préparatrice à Ouagadougou est perçue comme ayant un objectif commercial qui semble incompatible avec la réalisation d'un travail de qualité : *« 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 pour vendre mais il a moins de demande. Elles vont au marché une fois par semaine, et puis elles-mêmes, elles le mangent »*.

La perception des professions qui ont trait au « commerce » (qu'il s'agisse des préparatrices ou des revendeuses), dont l'objectif est exclusivement celui de vendre, est explicitement liée à des objectifs de profits. Dans un climat de conditions économiques difficiles, ces objectifs sont jugés incompatibles avec une production de qualité.

En faisant référence au cadre d'analyse fourni par P.Y. Gomez (1994), ces critiques peuvent s'analyser comme l'émergence d'une « suspicion » sur la « convention de qualification » des préparatrices de soubala à Ouagadougou. La qualification y est entendue comme la reconnaissance de la compétence d'un agent lorsqu'elle est unanimement admise. La « convention de qualification (...) établit la compétence d'un professionnel. Elle offre une procédure de résolution récurrente de problèmes de détermination de 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 ».

Cette suspicion porte sur « l'énoncé » de la convention de qualification, énoncé qui précise « ce que l'on attend par compétence reconnue d'un professionnel par rapport à un client » (Gomez, 1994). En zone rurale, la compétence à qualifier le soubala est accordée au professionnel. Dans ce cas, « le professionnel est maître de la qualité ». A Ouagadougou, la compétence du professionnel étant remise en cause pour les raisons que nous avons évoquées, c'est le consommateur qui devient le « maître de la qualité ». Mais celui-ci n'a pas forcément les compétences pour l'être réellement.

Dans cette situation d'incertitude, quelles sont alors les procédures mises en oeuvre par les consommateurs pour identifier la qualité du soubala ?

Les procédures de qualification du soubala par les consommateurs

L'observation des pratiques d'acquisition du soubala par les consommateurs et la justification que ceux-ci en donnent fait apparaître diverses procédures de qualification de ce produit. Par qualification, nous entendons l'identification du produit par l'acquéreur de façon à répondre aux caractéristiques qu'il recherche. Ces procédures peuvent être considérées comme des conventions au sens de « procédures de résolution collective de problèmes caractérisés par l'incertitude et donc l'indécidabilité des décisions. Une convention émerge comme un processus régulier destiné à offrir un système de règles apportant une solution au problème posé » (Gomez, 1994).

Ces procédures peuvent être regroupées en deux grands types complémentaires :

- les procédures de qualification directe ;
- les procédures de qualification indirecte.

Les procédures de qualification directe

Les procédures de qualification directe peuvent être définies comme celles qui mobilisent les capacités sensorielles du sujet pour évaluer les caractéristiques physiques de l'objet. Elles mettent en œuvre une compétence basée sur l'apprentissage ou l'expérience du sujet et sont, de ce fait, à la fois propres à chaque individu et partiellement partagées par son ou ses groupes socioculturels d'appartenance.

Ainsi, pour évaluer la qualité du soubala au moment de son acquisition, 85 % des personnes interrogées indiquent qu'elles portent une attention particulière à l'aspect général du produit (« *quand son visage est joli* »¹¹), 75 % le sentent, 53 % le tâtent et 40 % le goûtent. Ces critères

11. Traduction littérale du mooré (« *A ninga ya neere* »). « Visage » peut dans ce cas être traduit par « l'aspect général ».

permettent de sélectionner un produit spécifique correspondant aux attentes de chacun. Ces procédures sont rendues possibles par le fait que les boules de soubala sont présentées sur les étals des vendeuses sans emballage. Ce mode de présentation n'est pas spécifique au soubala. Il est commun à la plupart des produits alimentaires locaux traditionnels vendus sur les marchés africains.

Compte tenu de la variabilité de la qualité du produit liée à son procédé de fabrication et de l'incertitude sur son origine liée à l'apparition des intermédiaires sur le marché urbain, ces procédures de qualification directe sont utilisées par certaines ménagères à chaque achat. De plus, la plupart des ménagères qui font réaliser les achats alimentaires quotidiens par une bonne indiquent que, dans ce contexte d'incertitude, elles préfèrent acheter elles-mêmes le soubala plutôt que de confier le choix à leur bonne. Ce souci révèle l'importance attachée aux compétences de qualification spécifiques de la ménagère et à sa responsabilité dans les procédures de choix. La qualification du soubala est jugée suffisamment sérieuse pour ne pas être confiée à n'importe qui.

Cela dit, ces procédures de qualification directe apparaissent insuffisantes pour réduire l'incertitude sur la qualité du produit.

Les procédures de qualification indirecte

Les procédures de qualification indirecte peuvent être définies comme celles qui lient le sujet et l'objet par l'intermédiaire d'un tiers permettant d'évaluer la qualité de l'objet. Elles ne mobilisent donc pas de compétences pour évaluer directement les caractéristiques intrinsèques du produit, mais s'appuient sur la confiance établie par différents biais. En reprenant la grille d'analyse de l'économie des conventions, ces biais peuvent prendre la forme de personnes (« conventions domestiques »), de normes (« conventions industrielles »), de prix (« conventions marchandes »), de réputation (« convention de l'opinion »), etc. Les conventions citées font référence aux « conventions de qualité » définies par Eymard-Duvernay (1992) à partir du modèle des « Economies de la Grandeur » de Boltanski et Thévenot (1991).

Dans le cas du soubala, la confiance apparaît essentiellement assurée par l'établissement d'une relation de proximité avec une préparatrice ou une vendeuse. Autrement dit, la qualification indirecte du soubala s'effectuerait surtout sur la base de « conventions domestiques ».

Deux pratiques d'acquisition méritent en effet d'être soulignées. La première est l'approvisionnement au village. Environ 10 % des personnes interrogées déclarent s'approvisionner en soubala uniquement dans un village et 46 % à la fois au village et à Ouagadougou. Ces approvisionnements prennent la forme d'achats ou de dons à l'occasion des visites des citadins dans leur village d'origine ou des ruraux en ville.

La seconde pratique est la fidélisation des ménagères auprès de préparatrices et vendeuses de Ouagadougou. Près du tiers (29 %) des personnes interrogées indiquent que pour leurs achats de soubala en ville, elles s'adressent à une vendeuse régulière appelée « *raadanga* »¹². Ces vendeuses peuvent être soit installées au marché soit à leur domicile. « *Moi personnellement je n'achète pas le soubala au marché. En général le soubala, c'est mal fait. Il y a des gens qui lavent ça dans les barrages, avec de l'eau sale, donc comme au marché je ne sais pas comment c'est fabriqué, c'est pas prudent. C'est pour cette raison que moi j'ai une dame. A la fin du mois, je prends chez elle en gros, je fais sécher, je pile, je tamise, puis je mets dans des boîtes* ».

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

Au total, la proportion de consommateurs qui s'approvisionnent au village (exclusivement ou non), ou qui s'adressent à un « *raadanga* » est de 72 %. Ces pratiques d'acquisition génèrent une confiance quant à la qualité du soubala, qui peut reposer sur différents types de proximités entre clients et vendeurs.

Une proximité temporelle : la confiance est attribuée aux femmes du village ou aux « vieilles du quartier », parce qu'elles ont un savoir qui leur a été transmis de génération en génération, en respect avec la tradition. La proximité temporelle renvoie ici à une référence à la longue durée : c'est bon parce que c'est un savoir ancien qui est respecté.

Une proximité territoriale : la confiance est attribuée aux femmes du même territoire quant au respect des règles de fabrication et de loyauté dans l'échange entre personnes de même groupe. Par exemple, la différence perçue par une femme gourounsi, entre le soubala mossi et le soubala gourounsi « *vient du fait que celui des Mossi n'est pas bien cuit, est mal lavé, et est mal couvert par les feuilles, et cela fait qu'il est amer* ».

Dans d'autres cas, c'est la recherche d'un goût spécifique qui motive l'approvisionnement auprès d'une personne du même territoire : « *la différence entre le soubala de Bobo et celui de Ouaga c'est le goût. Parce que toutes les femmes n'ont pas le même temps de cuisson* ».

Ces deux types de proximité peuvent être agencés dans une même relation, et s'apparentent alors à la « proximité mentale » définie par Lebosse (cité par Servet, 1994) 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) explique qu'avec les relations de proximité tissées au sein de micro groupes ou entre individus ayant une même appartenance ethnique, les risques encourus sont moindres et le degré de confiance d'autant plus élevé.

Une proximité sociale : la confiance est déterminée par la régularité de l'échange et des partenaires de la transaction (fidélisation), et par la régularité de la qualité des produits offerts. C'est le cas par exemple de consommatrices qui s'approvisionnent auprès d'une préparatrice chez qui elles ont pu vérifier les conditions de transformation. La confiance est ensuite conditionnée par la régularité de l'échange entre mêmes partenaires, et de la qualité des produits et des services.

Un autre type de convention mise en oeuvre pour réduire l'incertitude sur la qualité des produits a trait au « monde de l'opinion » décrit par Boltanski et Thévenot (1991), à travers la réputation : « *j'achète chez la vendeuse qui a beaucoup de clients car je me dis qu'il (le soubala) doit être bon* ».

La convention marchande, qui impliquerait que le prix est perçu comme un indicateur de qualité, permettant d'ordonner les produits les uns par rapport aux autres, ne semble pas activée en ce qui concerne le soubala. Une des raisons résiderait dans le fait que les différents types de soubala sont perçus par les consommatrices comme ayant les mêmes prix de vente : « *tous les soubalas sont vendus au même prix* ».

Il est aussi possible que la valeur même de la monnaie soit remise en cause, particulièrement depuis la dévaluation du franc Cfa : « *C'est l'argent qui n'a plus de valeur* »¹³.

Enfin la formation des prix de vente n'est pas toujours perçue comme étant liée à la qualité du produit : « *Tout le monde cherche l'argent maintenant, d'où il y a des femmes qui vendent cher, mais c'est pas pour ça que c'est de qualité* », « *le soubala peut être cher et moins bon si la personne veut gagner beaucoup* ».

13. Il peut s'agir d'une remise en cause de la valeur et de la pérennité des institutions monétaires du pays, qui serait liée à la dévaluation du franc Cfa. Le thème de la confiance dans la pérennité des institutions socio-politiques est abordé avec le concept de « confiance systémique » par Lallement (1994).

Il existe donc différentes procédures de qualification du soubala employées par les consommateurs de Ouagadougou : la qualification directe, et la qualification indirecte essentiellement à travers une convention de type domestique ayant trait à différents types de proximité, et, dans une moindre mesure, à travers une convention liée à la réputation. Ces procédures ne sont pas exclusives les unes des autres et peuvent s'agencer différemment¹⁴.

Certaines ménagères réalisent surtout une qualification directe : « *Quand nous allons au marché, nous achetons chez la vendeuse qui a le meilleur soubala après observation. Parce qu'une vendeuse peut avoir du bon soubala un jour et en vendre de mauvaise qualité un autre jour. Pour ce faire, il faut changer en fonction de la qualité du soubala* ».

D'autres ménagères qui reconnaissent, à l'inverse, les compétences et le professionnalisme de préparatrices ou vendeuses sélectionnées, réalisent une qualification indirecte, à défaut ou en complément d'une qualification directe. Cette situation correspond à deux catégories de ménagères : celles qui ont peu de compétence pour évaluer directement la qualité du produit (« *je ne sais pas comment on choisit le soubala* ») ; celles qui ont des compétences, parfois du même ordre que les ménagères capables de qualifier le produit directement, mais qui engagent des « coûts » supplémentaires pour se fidéliser à un « *raadanga* ». Cette démarche, notamment lorsqu'elle est effectuée auprès de préparatrices non situées au marché ou à proximité du domicile, exige en effet certains « investissements » : recherche de la préparatrice, visite sur le lieu de production pour assister à la préparation, déplacements parfois éloignés pour chaque approvisionnement, capacités financières à effectuer des achats en grande quantité.

Les procédures de qualification, au-delà de la réduction de l'incertitude

Si la fabrication du soubala reste encore aujourd'hui largement artisanale, certains pensent déjà à l'industrialiser. Cette évolution est exemplaire du processus, observable bien au-delà de l'Afrique et de ce siècle, de distanciation et d'artificialisation progressive des relations qu'entretiennent les consommateurs avec leur alimentation dans le contexte du développement des échanges. A observer ce mouvement apparent sur d'autres produits, dans d'autres pays, on est tenté de croire qu'il constitue une tendance inéluctable d'évolution. A long terme, il y aurait ainsi peu de chances que cette production décentralisée et artisanale de soubala reste dominante. « En toute logique », celle-ci devrait finir par laisser le pas à une production industrielle, standardisée. L'incertitude sur la qualité des produits artisanaux devrait continuer à s'accroître avec l'urbanisation. Les compétences des consommateurs à qualifier directement les produits devraient être appelées à se réduire encore avec la succession des générations d'urbains. Si telle devait être l'évolution à l'avenir, les procédures de qualification indirecte devraient devenir dominantes pour les consommateurs urbains.

De telles hypothèses d'évolution posent plusieurs questions.

Si mouvement quasi général de distanciation et d'artificialisation il y a, pourquoi celui-ci ne semble-t-il pas s'opérer à la même vitesse pour tous les produits alimentaires d'une société ? Autrement dit, pourquoi certaines filières sont-elles largement dominées par une production centralisée et industrielle alors que d'autres restent caractérisées par une production décentralisée, multiforme, segmentée ? Pourquoi les consommateurs semblent-ils attachés à mettre en oeuvre leurs compétences à qualifier directement certains produits alors qu'ils délèguent cette qualification à des tiers pour d'autres ? Notre hypothèse est que le mode dominant de production d'un produit est à relier à l'importance et au rôle qu'il revêt dans la construction de l'identité individuelle et collective du consommateur. Un produit traditionnel, présentant des caractéristiques de qualité spécifique, support d'une appartenance territoriale fortement valorisée, se standardisera moins vite qu'un produit nouveau.

14. La question du pluralisme des conventions de qualité et de leur coexistence a été évoquée par Eymard-Duvernay (1992) et Sylvander (1992). Elle peut être reliée aux « agencements composites » développés par Boltanski et Thévenot (1991).

Cette construction de l'identité au travers de la consommation n'est pas non plus sans poser question. En apparence, les identités urbaines ou celles des pays industrialisés semblent marquées par un déracinement progressif par rapport aux territoires ruraux d'origine. La multiplication des Objets comestibles non identifiés (Ocni) (Fischler, 1990) conduirait à un brouillage de l'identité : ne sachant plus ce qu'il mange, l'homme ne sait plus qui il est. Mais n'a-t-on pas, dans la mise en exergue de ce danger ou de cette tendance, porté trop d'attention aux seuls produits alimentaires ? Ce regard tend sans doute à reléguer au second plan l'analyse des pratiques d'utilisation des produits comme moyens d'appropriation. Une telle analyse nous conduit pourtant à reconnaître non pas un mouvement linéaire de distanciation des rapports entre l'homme et son alimentation mais un mouvement ambivalent de distanciation et rapprochement tout à la fois (Bricas, 1995). En ce sens, la fonction d'une pratique d'acquisition d'un produit ne doit pas seulement être vue comme le moyen d'acquérir le produit en cherchant à réduire l'incertitude sur sa qualité. L'acte d'acquisition d'un bien est porteur d'un sens en lui-même¹⁵.

Dans le cas du soubala, le fait de s'approvisionner chez une préparatrice ou vendeuse du même territoire, en dehors de la qualité même du produit, participe de l'activation et de la construction de l'identité, à travers la reconnaissance dans une même communauté.

Dans son analyse des conceptions de la qualité du fromage en France, C. Delfosse (1995) énonce que les « fromages locaux deviennent les emblèmes d'une identité locale ». Parmi les qualités de ce produit, sont reconnues celles d'être des « vecteurs de développement local », et de « matérialiser l'attachement du consommateur à sa région d'origine ». Si le choix d'un soubala d'une origine territoriale spécifique peut relever du même phénomène identitaire, le mode d'acquisition qui consiste à se rendre au village ou auprès d'une vendeuse de Ouagadougou de même origine territoriale, remplit les mêmes fonctions.

Pour d'autres consommateurs, l'approvisionnement auprès d'un « *raadanga* » permet non pas d'activer une appartenance territoriale mais de tisser et d'entretenir des réseaux sociaux ou des systèmes d'aides réciproques. Certaines ménagères pourraient ainsi être fidélisées à une vendeuse plus par souci de maintenir des relations avec elles que par souci d'accroître leurs garanties de qualité. Certaines indiquent par exemple qu'elles s'approvisionnent chez leur « *raadanga* » « *même si un jour le soubala n'est pas de qualité* », quitte à ne pas le consommer. Ces cas sont apparus pour des ménagères qui s'approvisionnent chez leurs parentes préparatrices à Ouagadougou.

Enfin, les femmes (acheteurs et vendeurs) de Ouagadougou, à travers le « marchandage » des produits, exposent leur connaissance du produit (sa valeur et sa qualité), et expriment ainsi leur compétence. Geertz¹⁶ rappelle que le marchandage porte non seulement sur le prix ou les conditions de crédit associées à la transaction, mais surtout sur l'état du produit. Cet état peut-être, au cours de la négociation, progressivement spécifié par un mode d'investigation « intensif » et « clinique » portant sur la qualité du produit, en l'occurrence indissociable de celle du vendeur ou des propriétaires antérieurs (que Geertz oppose à un mode de connaissance par enquête). Cet état peut être également modifié, notamment en composant ou en recomposant des lots (cité par Thévenot, 1986). Les consommatrices, en cherchant sur le marché le soubala qu'elles souhaitent, en évaluant la qualité du soubala sur la base de ses caractéristiques physiques, montrent et font reconnaître leur savoir sur l'évaluation de la qualité du soubala et affirment leurs compétences.

15. Les réflexions relatives aux fonctions de l'échange indiquent qu'il n'y est pas seulement question d'intérêt (voir notamment Orléan, 1994) ; mais surtout qu'il existe dans l'échange un passage de l'avoir à l'être : « la renonciation au dilemme du prisonnier, et l'adoption d'un principe coopère pour que l'autre coopère, peuvent s'interpréter comme une forme de troc, un échange entre l'avoir et l'être » (Cordonnier, 1994).

16. Geertz C., 1978. The Bazaar Economy : Information and Search in Peasant Marketing. *American Economic Review*, vol 68, n°2.

Ainsi, les procédures de qualification du soubala qui ont été décrites n'ont pas qu'une fonction de réduction de l'incertitude. Elles permettent notamment l'affirmation d'une identité territoriale, l'entretien de réseaux sociaux, et la valorisation de la ménagère en exprimant ses compétences.

Conclusion

Quelles sont, sur la base de ces premiers éléments d'analyse, les perspectives de réaction des consommateurs urbains face au lancement possible d'un soubala plus industriel ? Dans l'idée de ses concepteurs, ce produit aurait une qualité plus constante que les produits artisanaux. Il pourrait être présenté dans un emballage ce qui lui donnerait l'avantage d'une part d'être moins odorant, ce que lui reprochent effectivement certains consommateurs, et d'autre part d'offrir une meilleure qualité hygiénique notamment d'être moins exposé aux impuretés lors de la vente.

Le lancement d'un tel produit sur le marché conduirait d'abord à une modification des procédures de qualification. Ceci amène à s'interroger sur les formes de garantie de la qualité que peut instaurer une unité industrielle locale.

Ensuite, quel que soit le procédé utilisé, les caractéristiques apportées par un soubala industriel seront, pour certaines, différentes du soubala traditionnel. Les caractéristiques organoleptiques, bien que proches du soubala traditionnel, seront spécifiques au nouveau procédé. Il sera par contre possible d'en dériver la gamme pour tenir compte des multiples préférences des consommateurs. Les caractéristiques hygiéniques dépendront de la perception des consommateurs du fonctionnement d'une unité de production industrielle locale. Plus des trois quarts (80 %) des ménagères pensent *a priori* que le soubala industriel serait plus hygiénique. Les caractéristiques identitaires ne seront pas porteuses du même sens. Un soubala industriel standard ne pourrait activer les appartenances territoriales spécifiques liées aux différents savoir-faire, il peut par contre référer une image plus urbaine.

Mais surtout, le savoir-faire traditionnel, déterminant dans la qualité du produit fini, est remplacé par un procédé technique industriel. La suspicion manifestée sur le professionnalisme de certaines préparatrices de Ouagadougou révèle que les activités artisanales exclusivement marchandes sont jugées incompatibles avec le respect des traditions. Quelles garanties une unité de production plus industrielle pourra-t-elle offrir en matière de savoir-faire ? Le fait de « cacher » le produit derrière un emballage ne risque-t-il pas de renforcer cette méfiance si celle-ci apparaît ? Une telle situation a déjà été rencontrée en Afrique à propos d'unités mécanisées de transformation d'aliments traditionnels. L'absence de femmes dans ces unités renforçait cette suspicion des consommateurs.

L'acceptation d'un soubala plus industriel dépendra de son caractère « substitué » ou « complémentaire » aux autres soubalas consommés, et de l'arbitrage que fera chaque consommateur entre les différentes caractéristiques apportées par les produits et leurs modes d'acquisition (liés aux procédures de qualification).

Dans l'hypothèse d'une substitution, les avantages que ce nouveau produit apporterait, s'ils sont effectivement perçus, seront mis en balance avec certaines des caractéristiques qu'il apporte actuellement sous sa forme artisanale ou domestique, et qu'il serait alors amené à perdre.

Par contre, le nouveau soubala peut être acquis en complémentarité du soubala traditionnel. Le choix entre les deux types de soubala pourrait être lié à des utilisations spécifiques, adaptées aux caractéristiques de chacun des deux types.

L'implication des ressources locales dans les dispositifs de qualification des produits

Emmanuelle CHEYNS, Cirad

Le secteur artisanal assure l'essentiel de la distribution alimentaire urbaine au Burkina Faso¹⁷. L'amélioration des conditions de production et de distribution de ces produits justifie le plus souvent des politiques de standardisation : industrialisation des procédés de transformation locaux, mise en place d'un cadre législatif de répression des fraudes, de contrôle et de normalisation. Ces orientations indiquent une volonté de fournir sur les marchés des produits plus rapides ou commodes d'utilisation, sains et hygiéniques, mais aussi plus standards. Pourtant, la définition de la qualité des produits ou ce qui constitue une norme de qualité pour le consommateur ne répond pas toujours à ces critères du standard. La qualité ne devient une notion objective qu'à l'issue d'un processus de qualification ; elle suppose un accord sur les repères qui constituent la norme. La diversité de ces repères nous conduit à identifier les différents registres d'objectivation de la qualité en étant attentifs à d'autres ressources que celles standards ou marchandes, qui interviennent dans les dispositifs locaux de qualification, puis de reconstituer une chaîne probante qui permette de juger de l'efficacité de ces dispositifs. Enfin, une analyse dynamique centrée autour de l'innovation technique et organisationnelle révèle l'engagement de compromis vers lesquels ces dispositifs évoluent pour s'adapter aux évolutions de l'environnement.

Du proche au standard : différents registres de « normalisation »

Diversité des régimes d'objectivation de la qualité

La norme vise à définir ou qualifier le produit, ou plutôt les caractéristiques du produit. Si la qualité d'un produit peut être établie par rapport à des « caractéristiques » (Lancaster, 1971)¹⁸, leur objectivité n'est pas une donnée *a priori*. Considérons d'abord qu'elles sont incertaines, non pas uniquement en raison d'un défaut d'information, mais aussi de la « rationalité limitée » des acteurs (Simon, 1955). Les caractéristiques des produits ne sont pas toutes visibles. Les consommateurs doivent évaluer la qualité du produit : quelle est l'origine du produit, dans quelles conditions a-t-il été fabriqué, quelles sont ses propriétés organoleptiques, etc. Dans ce contexte d'incertitude, les acteurs sont amenés à se représenter les caractéristiques techniques et organisationnelles de l'offre. Cette représentation s'appuie sur des « repères conventionnels » de différentes « natures », que nous avons tenté de saisir à travers une grille de lecture des

17. Céréales, tubercules, fruits et légumes, produits locaux transformés, vente au détail de produits industriels (concentré de tomate, huile, sucre, etc.). 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, soubala, levure, feuilles séchées, etc.). Synthèse réalisée à partir de données tirées dans Thiombiano *et al.* (1984) et Delgado *et al.* (1988).

18. Concept introduit par la théorie économique de la différenciation des produits (Chamberlin, 1953) et formalisé par K. Lancaster (1971). Le modèle de Lancaster invite à ne plus considérer le bien comme un tout unifié mais comme un ensemble de caractéristiques. C'est sur ces caractéristiques et leur diversité que se fonde la différenciation des produits. Notre approche s'écarte cependant de ce modèle pour se centrer sur les processus d'objectivation des caractéristiques (alors que le modèle part du postulat de l'objectivité de ces caractéristiques).

« Economies de la grandeur¹⁹ ». B. Conein et L. Thévenot (1997) soulignent que les notions d'objectivité et de normativité sont souvent présentées comme inter-reliées. Cependant, des courants récents mettent l'accent sur d'autres formes de connaissance et une « pluralité des formats de l'information ». L'étude de la normalisation s'ouvre alors à la « variété des normalités » qui ne s'inscrivent pas uniquement dans des standards formalisés (de l'ordre industriel) (Thévenot, 1997).

Les processus de qualification des produits alimentaires à Ouagadougou nous ont conduits à considérer différents registres d'objectivation de la qualité autour de plusieurs produits : les céréales brutes et transformées, les viandes et le soubala. Notre approche s'écarte en ce sens du postulat de l'objectivité des caractéristiques (dans le modèle de Lancaster) pour se centrer sur les processus d'objectivation des caractéristiques à travers différents types d'engagement.

La qualification des produits artisanaux locaux s'appuie très souvent sur les relations personnelles entre les gens. Les relations d'ordre sont établies en référence à la tradition, à la hiérarchie et à la génération, à l'appartenance à une même « maison » (convention « domestique »). Le soubala, produit de qualité spécifique fortement liée au territoire, fait souvent l'objet de transactions entre personnes de même origine territoriale, notamment de même ethnie, de même village, de même famille. L'approvisionnement des urbains au village est une pratique courante (54 % des ménages) et justifiée par une exigence de qualité du produit²⁰. En dehors de cela, les ménagères ouagalaises ont souvent recours à l'approvisionnement auprès d'une vendeuse à Ouagadougou originaire de la même région. La confiance attribuée aux préparatrices du village ou aux préparatrices de même ethnie garantit les règles de production-transformation. Elle garantit aussi 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 consommatrices ouagalaises ont aussi recours aux « vieilles du quartier » ou « du village » pour l'achat de soubala ou de plats locaux. Ces personnes ont un savoir transmis de génération en génération en respect avec la tradition dans un cadre communautaire. Elles acquièrent, au fil des épreuves, le savoir et la sagesse, dont elles tirent leur autorité reconnue. L'ancienneté permet une acquisition croissante du savoir-faire et de l'expérience qui amène les anciens à des niveaux de compétence et une maîtrise plus élevés (efficacité du geste par exemple), engageant un compromis entre le monde « industriel » et « domestique ».

Les pratiques de fidélisation des clientes aux vendeurs entrent aussi dans un processus de qualification des produits artisanaux. Dans un contexte de suspicion généralisée sur la qualité du soubala vendu sur les marchés urbains (incertitude sur les spécificités territoriales ou sur la qualité sanitaire), 30 % des ménagères ouagalaises sont fidélisées auprès d'une préparatrice particulière, qui n'est pas forcément une personne de même origine territoriale. De même, 57 % des ménagères ont leur boucher particulier. Ces vendeurs « particuliers » sont « affectueusement » surnommés les « *raadangas* ». Le processus de fidélisation établit une proximité entre les gens dans une procédure d'engagements réciproques ; cette construction tend à établir une confiance partagée. Des repères du monde « domestique » apparaissent alors de façon objectivée : fréquentation, salutations, respects, avantages, faveurs, compréhension, etc. La fidélisation et l'ancienneté de la relation (la durée de l'engagement) deviennent, dans la proximité sociale, des critères qui fondent la confiance. Cela dit, d'autres formes de grandeur caractérisent aussi le processus de fidélisation, notamment celles de « l'opinion », « marchande », et « civique ». La confiance ici n'est pas établie *a priori* entre gens de même

19. L'utilisation des concepts « domestique », « marchand », « civique », « industriel », « de l'opinion » fait référence à cette grille (Boltanski et Thévenot, 1991).

20. Parmi les consommateurs qui s'approvisionnent au village et à Ouagadougou (54 % de l'échantillon) le « soubala du village » est préféré à celui de Ouagadougou par 58 % des ménagères interrogées (35 % n'ont pas de préférence entre les deux). L'enquête « soubala » porte sur un échantillon de 119 ménages (tirage aléatoire sur un choix raisonné de 7 quartiers).

« communauté » (comme dans l'approvisionnement au village). La confiance qui caractérise la relation au « *raadanga* », établie par la personnification des personnes, non basée sur l'appartenance à une même communauté mais établie par engagements mutuels volontaires, par une coordination d'intérêts, résulte plus d'une « socialisation sociétaire » que « communautaire » (Weber, 1920)²¹, ouvrant un compromis avec la grandeur « civique ». De plus on relève dans les pratiques de fidélisation des bouchers l'engagement d'éléments du monde de « l'opinion » : plaisanteries, animation « du coin » par les bouchers, courtoisies, flatteries, moqueries, interpellations des clientes, etc. Ce compromis facilite les possibilités de négociation (marchandage) et d'expertise (évaluation sensorielle de la viande par les clientes) : « avec ton *raadanga*, tu peux toucher, soulever les tas de viande ». Un tiers des ménagères déclare qu'elles négocient la qualité du tas de viande ; il s'agit principalement de ménagères fidélisées²². De même, celles qui marchandent sont dans 70 % des cas fidélisées. Les relations de droits et d'obligation du monde domestique se trouvent ainsi « allégées », permettant l'introduction de l'expertise et de la négociation.

La qualité sanitaire de la viande est garantie par la présence du « tampon de l'abattoir ». Celui-ci est apposé après contrôle des viandes à l'abattoir par des infirmiers-vétérinaires recrutés par l'Etat. Il s'agit de mesures d'experts, techniques et instrumentées, réalisées par des professionnels qui, par leur formation, sont des « juges certifiés » capables de détecter des viandes non-saines. Ils représentent l'Etat, partie tierce, théoriquement extérieure aux intérêts des acteurs, et sont légitimés par un impératif de « sécurité-santé publique ». La « compétence du professionnel » combinée à « un renoncement au particulier pour des visées collectives » (Boltanski et Thévenot, 1991) illustre un objet « civique-industriel » permettant aux consommateurs de définir les caractéristiques sanitaires de la viande.

Ces exemples illustrent ainsi la diversité des régimes de qualification des produits. L'objectivation de caractéristiques (*a priori* incertaines) ne s'inscrit pas uniquement dans un processus de « normalisation » (de l'ordre « industriel »), dans des procédures de contrôle par des mesures techniques, etc. L'information sur la qualité peut s'inscrire dans une proximité entre les gens, dans un rapport d'âge, etc. Elle peut être détachée de « son extériorité formelle » et « s'ancrer davantage dans des repères perceptifs déposés au cours d'une familiarisation avec l'entourage » (Thévenot, 1997). Nous soulignerons dans la suite (deuxième partie) que ces différents dispositifs sont étroitement liés à la nature des ressources engagées dans des systèmes productifs et à la nature des caractéristiques de qualité recherchées par les consommateurs.

Les supports de la norme

La force des objets sur lesquels s'appuient les personnes pour qualifier le produit (soit les supports de la norme) réside dans un dispositif plus complet « constitué d'êtres et d'objets qui se tiennent » (Boltanski et Thévenot, 1991).

Le tampon de l'abattoir sur les viandes ne se suffit pas à lui-même en tant qu'objet isolé. Pour être probant, il doit être inséré dans un ensemble plus complexe qui le certifie lui-même. Dans des situations d'échange particulières telles que la vente ambulante ou dans les marchés périphériques, le tampon n'est plus crédible. Les consommateurs suspectent, dénoncent l'utilisation de faux tampons ou le mélange de viandes contrôlées et clandestines. Inversement, le tampon est probant dans certains lieux de vente : à l'abattoir, au « grand marché » et dans certains marchés de quartiers. Ces lieux sont contrôlés, soit par la profession elle-même soit par

21. Termes traduits par Dubard, 1995. La socialisation communautaire est basée sur une solidarité, le sentiment d'appartenance à une même communauté (famille, clan, village, ethnie, etc.). La socialisation sociétaire est une entente par engagements mutuels volontaires, une coordination d'intérêts motivés. Ce n'est pas un conditionnement passif d'appartenance à une société établie mais une modalité d'entrée volontaire dans des relations de type sociétaire (C. Dubard, 1995).

Weber M., 1920. *Wirtschaft und Gesellschaft*, trad. partielle *Economie et Société*, Plon, Paris, 1971.

22. Test du khi2 significatif avec une probabilité $p < 0,01$. Enquête auprès de 90 ménages de Ouagadougou (tirage aléatoire).

les services d'hygiène de l'Etat. Des saisies sont régulièrement effectuées, les bouchers sont verbalisés ou poursuivis. Le dispositif « civique-industriel » qui supporte la crédibilité du tampon réside dans un ensemble d'éléments en équivalence : l'abattoir, les saisies, les amendes, la loi, les vétérinaires, le bureau des bouchers, les services de l'hygiène, la réglementation, le contrôle, etc., qui permettent de dépasser la « singularité des circonstances » (Thévenot, 1986). La valeur de l'information dépend de la situation d'où elle est extraite. Elle est supportée par un ensemble « d'objets de coordination »²³ qui permettent un ajustement aux circonstances : « les objets servent de tiers extérieurs sur lesquels elle (la règle) prend appui et qui déterminent la situation où elle s'applique » (Livet et Thévenot, 1994).

La question des institutions qui supportent « la norme » est primordiale. L'absence de contrôles sanitaires par les services d'hygiène ou par la profession dans certains marchés périphériques discrédite l'effet, en théorie certificateur, du « tampon ». D'une manière générale, les marques, logos, appellations ou certifications écrites ou inscrites de façon formelle, qui doivent « distinguer » le produit dans l'échange à distance, ont souvent peu de force. Ils peuvent être largement copiés, sans risque de sanction.

Ces résultats confirment l'importance, déjà démontrée (Sylvander, 1992 ; Salais, 1994 ; Eymard-Duvernay, 1994) des caractéristiques techniques et organisationnelles de l'offre dans des systèmes de qualification des produits. Il s'agit notamment de la capacité du dispositif de production à émettre une information probante sur la qualité des produits et des personnes.

Spécificités des systèmes de qualification des produits artisanaux

L'objectivation des caractéristiques repose sur une diversité de repères qui s'écartent souvent, pour des produits artisanaux, de repères standardisés. La question qui se pose dès lors est comment sont produits ces repères conventionnels, quels dispositifs les supportent, comment expliquer leurs spécificités ?

Les ressources engagées dans les systèmes de production

Les produits artisanaux sont issus d'actions techniques de transformation manuelles, étroitement liées aux compétences de l'artisan. L'équipement technique ne se substitue pas entièrement à l'engagement d'actions manuelles indépendantes ; il ne conduit pas à une standardisation des caractéristiques finales du produit. Ces produits sont ainsi caractérisés par une grande variabilité, les uns par rapport aux autres, à laquelle peut s'ajouter une variabilité temporelle (produits périssables, non stabilisés).

Les systèmes de production de ces produits sont caractérisés par l'engagement de ressources domestiques ou personnifiées. Le cas du soubala en est particulièrement révélateur. Ce produit est obtenu à l'issue d'un travail manuel qui s'étale sur plusieurs jours. Les actions techniques de transformation sont étroitement liées aux compétences et connaissances de l'artisane, ce qui est illustré par les consommateurs et productrices sous l'expression : « le soubala dépend de la main » [*Kolgh songa bee nan soba nunga*]²⁴.

La nature domestique des ressources se lit dans leur mise en œuvre et leur transmission, marquées premièrement par une forte proximité spatiale entre les personnes, un ancrage à un lieu de référence, une famille, un village ou un groupe géo-culturel. L'étude comparée des chaînes opératoires de fabrication du soubala dans différentes régions indique ces spécificités territoriales : spécificités de matières (type de néré, produits ajoutés), d'outils (types de

23. Pour une discussion sur le rôle des « objets » dans la coordination (qui constituent une catégorie nouvelle) à partir des travaux de B. Latour (1994) et de P. Livet et L. Thévenot (1994), voir O. Favereau, 1998.

24. *Kolgho* : soubala ; *songa* : bien (de *soma*) ; *soba* : celui qui ; *nunga* : main (traduction mooré).

couscoussières, marmites, paniers de fermentation, etc.) et de procédés (temps de fermentation, de cuisson, etc.) – (Sawadogo et Ouédraogo, 1996). Pour les consommateurs de Ouagadougou, un des principaux critères de différenciation des soubalans vendus sur les marchés de la ville est son origine territoriale (43 % des cas)²⁵ : le soubala de telle région (« bissa », « mossi », « bobo », « des Sénoufos », « de Tenkodogo », etc.)²⁶, le soubala du village ou « de mon village ». En même temps, les actes techniques sont fréquemment référés à un précédent, un passé (dans un choix de valoriser ce passé précisément) : « *je suis née-trouvé 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). Le soubala est ainsi caractérisé par une grande variabilité de ses caractéristiques, une production personnalisée (non-standard) et de fortes spécificités territoriales.

L'objectivation des caractéristiques nécessite alors un mode de connaissance particulier basé sur la proximité entre les personnes et vis-à-vis du produit qui relève de la grandeur domestique. Les dénonciations sur la qualité de ces produits dans des conditions d'échange qui se rapprochent d'un marché anonyme et qui ne permettent pas la construction de repères personnalisés, le révèlent.

L'épreuve du marché

Les modes de qualification qui reposent sur des objets domestiques ou une proximité entre les gens, caractéristiques dans les filières artisanales, sont soumis à des tensions sur un marché anonyme qui s'étend avec l'urbanisation.

Les marchés urbains sont caractérisés par une multiplicité de l'origine des produits. La multiplication du nombre d'intermédiaires et la séparation des activités de production et de commerce conduit à l'éloignement du consommateur de la source de production. Les transactions sont plus anonymes (absence ou faiblesse des liens particuliers, des liens communautaires ou d'engagement) : au marché « *on ne sait pas qui est qui, qui fait quoi* ». 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. 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 pour des produits dont la qualité est liée à un mode de production et à des connaissances qui supposent l'engagement de ressources domestiques.

Par ailleurs, la facilité d'entrée dans ce secteur de transformation et de distribution en ville conduit à une pléthore d'intervenants que le consommateur ne peut facilement qualifier. L'entrée en activité pour certains types de productions (tels que la production marchande de soubala) apparaît peu fondée sur une spécialisation ou une obligation d'apprentissage des opérations techniques par les artisanes. 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* » ? Quelles ressources sont engagées dans les processus de production, qui en assure la mise en œuvre, la transmission ?

Enfin, la possibilité d'établissement d'un accord sur ce qui constitue une « norme » de production est difficile, sachant que ces normes sont extrêmement diversifiées. La migration des populations des zones rurales vers des zones urbaines conduit à une certaine « délocalisation » de savoir-faire spécifiques. Cette délocalisation peut entraîner une modification de la représentation du territoire (comment est perçu le soubala produit par une préparatrice originaire de la région bissa,

25. Sur 119 femmes interrogées, à la question « existe-t-il différents types de soubala », 60 % ont répondu « oui ». Parmi elles, à la question suivante « lequel est meilleur », 43 % font référence à l'origine territoriale. E. Cheyins (1998).

26. Ces noms renvoient à des régions géographiques particulières, et sont associés à des groupes géo-culturels (de type ethnique).

résidente à Ouagadougou). L'absence de transmission générationnelle liée à un territoire (apprentissage en zone urbaine par le biais d'un réseau social non-territorial) tend à produire un nouveau de type de soubala, plus spécifiquement urbain : 40 % des ménagères interrogées ne connaissent pas l'origine territoriale du soubala qu'elles achètent à Ouagadougou, 51 % l'assimilent à du soubala « de Ouaga » ou « mossi »²⁷ et 8 % seulement déclarent acheter du soubala d'origine spécifique non-mossi.

La connaissance des acheteurs du procédé de transformation

La construction de repères domestiques apparaît d'autant plus importante que les consommateurs ont une connaissance du procédé de transformation artisanal du produit, tel que nous l'avons décrit.

Dans notre enquête, seulement 26 % des ménagères ont exprimé une connaissance du procédé de fabrication du soubala²⁸. Les tris croisés et l'analyse factorielle (encadré 1) indiquent que ces ménagères s'approvisionnent au village. Elles attribuent au soubala des caractéristiques territoriales : pour elles, le meilleur soubala est celui d'origine géo-culturelle spécifique (et non-mossi) et elles préfèrent nettement le soubala du village à celui de Ouagadougou. Elles ne sont pas satisfaites de la qualité du soubala à Ouagadougou et considèrent que les préparatrices de Ouagadougou doivent apporter des améliorations sur la préparation (procédé de transformation). Ces ménagères consomment le soubala pour des raisons de type « identitaire » : « je suis de Bobo », « c'est ce qu'on consommait chez moi ». Enfin, elles mobilisent lors de leurs achats à Ouagadougou des procédures de qualification sensorielles originales (le goût et le toucher, en plus de l'odorat plus fréquemment cité) qui dénotent une capacité d'expertise. Pour ces ménagères qui connaissent le procédé de fabrication du soubala, les caractéristiques territoriales s'agencent dans un goût domestique particulier et sont cohérentes avec le maintien de réseaux d'approvisionnement au village.

ENCADRE 1 : variables prises en compte dans l'Afcm

Echantillon :

L'enquête a été réalisée en août 1994, auprès d'un échantillon de 119 ménages de Ouagadougou défini par tirage aléatoire sur un choix raisonné de 7 quartiers sur 32.

Variables prises en compte dans l'analyse :

Les variables sont relatives :

- aux lieux d'approvisionnement (au village, quel village, à Ouagadougou, quel lieu à Ouagadougou, fidélisation à la vendeuse ou non, etc.) ;
- à leur connaissance du procédé de fabrication du soubala (« Comment est fabriqué le soubala ? ») ;
- à leurs préférences en matière de qualité (notamment les préférences éventuelles de soubalas d'origines géo-culturelles particulières) ;
- à l'importance accordée au soubala par ces ménagères (peut-on s'en passer, etc.) ;
- aux critiques qu'elles portent sur le soubala du village et de Ouagadougou, et aux améliorations que doivent apporter les préparatrices de Ouagadougou (ont surtout été cités trois types de réponses : amélioration sur le procédé ou le savoir-faire des préparatrices dans la transformation, amélioration sur l'hygiène de production ou de vente, aucune amélioration à faire) ;
- aux attributs du produit (donne du goût au plat, revendication « identitaire », vertus « thérapeutiques », etc.) ;
- aux procédures d'évaluation sensorielles lors de l'achat à Ouagadougou (toucher, odeur, goût, observation visuelle).

Les données sont analysées sous forme de tris croisés et de tests de khi2 et Fischer Snedecor, puis sous forme d'analyse factorielle des correspondances multiples (Afcm) suivies de classifications hiérarchiques sur le logiciel Winstat-ic (Cirad-Itcf).

Source : Cheyns, 1998.

27. Ouagadougou est située sur le plateau mossi et comporte aujourd'hui, malgré l'exode rural, une part importante de Mossis.

28. La connaissance du procédé de transformation n'est évaluée que par une question : « comment est fabriqué le soubala », ce qui constitue une limite importante.

A l'opposé, on note un autre groupe de femmes (dans l'analyse factorielle), originaires de l'ouest, mais qui ne connaissent pas le procédé de transformation. Ce sont de jeunes ménagères dont l'origine n'est pas spécifiquement rurale, et de petits ménages (1 à 4 personnes) de niveau de vie élevé. Ces femmes ne s'approvisionnent pas au village et sont des consommatrices moins régulières. On note dans ce groupe un certain « éloignement » par rapport au produit (« on peut s'en passer », « on ne connaît pas la transformation ») et à ses spécificités territoriales (les ménagères ne relèvent pas de différences de soubala liées à l'origine territoriale). Elles déclarent ne pas être satisfaites de la qualité à Ouagadougou. Quant à la qualification sensorielle du produit, elle est limitée à l'évaluation de son odeur uniquement.

L'épreuve du marché n'est pas adéquate pour assurer la qualification d'un produit qui est fortement domestique et qui repose sur des « engagements de proximité » avec les choses, par des « repérages en personne » (Livet et Thévenot, 1997). La qualification domestique du produit résulte ici de la nature personnifiée des ressources engagées dans les systèmes de production et de ce que les consommateurs la reconnaissent. La formalisation de l'information apparaît au même titre déconnectée des besoins de repérage dans des engagements de proximité.

Innovations : compromis et évolutions dans les dispositifs locaux de qualification

Dans un contexte de mise en tension, des innovations techniques et organisationnelles amènent les dispositifs locaux de qualification à évoluer. Bien que pouvant être dénoncées, ces innovations, qui reposent sur des compromis engageant d'autres ressources, permettent de s'adapter aux nouvelles exigences de l'environnement.

Innovation technique : modification des caractéristiques des produits

L'innovation technique sur un procédé-produit est souvent perçue de façon positive parce qu'elle ajoute au produit des caractéristiques (par exemple la rapidité de cuisson). Mais elle est aussi souvent parallèlement à l'origine de la modification d'autres caractéristiques, dont le concepteur n'a pas forcément conscience.

Nous avons testé la réaction de consommateurs par rapport à un nouveau type de soubala, le soubala-cube²⁹ : les graines sont fermentées par un procédé artisanal et contrôlées au moyen d'analyses microbiologiques et physico-chimiques de façon à maîtriser les variations observées sur ces variables. Les graines sont ensuite séchées, broyées et moulées en cubes (de la taille courante des bouillons-cubes) au moyen d'une presse. Le produit est présenté sous emballage plastique thermosoudé. Il apparaît ainsi sous une forme constante, standardisée quant à sa forme et à ses caractéristiques microbiologiques et biochimiques (photo 8).

Cette innovation est justifiée par une demande urbaine fortement attentive aux conditions hygiéniques et sanitaires des produits artisanaux en ville. Concernant le « soubala du marché » en ville, la dénonciation des conditions hygiéniques de production et de distribution est quasi systématique (82 % des consommatrices interrogées) : présence de sable, utilisation d'eau de lavage impropre, poussières, etc. Cette critique n'est quasiment jamais portée à l'intention des préparatrices rurales (du moins vis-à-vis du « soubala du village »). Les conditions d'échange et de production en ville présentées précédemment conduisent à une suspicion sur la qualité des produits. Les préparatrices urbaines sont dénoncées quant au non-respect des normes de production. Elles seraient conduites à une modification des chaînes opératoires : réduction des temps de cuisson, des temps de fermentation, lavages rapides et non

29. Procédé développé et contrôlé par le Cnrst, Département de technologies alimentaires, Burkina Faso.

soignés, etc. ; ces conduites étant guidées par une recherche de profit. De femmes « spécialisées » par rapport à un savoir-faire particulier, elles seraient, en ville, de simples « commerçantes ».

Par ailleurs, elles 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 ne sont pas « qualifiées » pour produire des caractéristiques hygiéniques et sanitaires propres au monde « industriel-civique » qui nécessite une « scolarisation » et propres au monde « domestique » qui apporte une éducation « de maison ».

Les objectifs de l'innovation apparaissent ainsi justifiés dans un contexte de dénonciation des consommateurs urbains vis-à-vis des caractéristiques hygiéniques.

Le soubala-cube a été présenté à des groupes de femmes lors des « causeries ». D'une manière générale, ce produit fait très bonne impression. Assez rapidement les femmes le situent comme un produit équivalent au soubala (plutôt qu'au fameux cube-Maggi). Cela dit, une nuance intervient entre le « soubala du village » et le « soubala du marché ». En comparaison avec le soubala du marché, les femmes paraissent satisfaites du « nouveau » produit, notamment pour ses caractéristiques hygiéniques et sanitaires qui font défaut au soubala du marché. Le problème de goût peut se poser, mais moins fortement puisque que le soubala du marché subit déjà la critique. En comparaison avec le soubala du village, l'intérêt du produit est systématiquement relativisé par une condition : « *si le goût (du nouveau produit) est bon* », « *il faut qu'on essaye* ». Certaines évoquent ce problème en expliquant que l'utilisation probable de machines pour ce nouveau produit risque de « dénaturer » le goût du soubala : « *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 renvoie les ménagères un mode de production dans un local couvert. 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 soubala « du marché » anonyme, décrit en comparaison comme du « faux soubala », sale, emplit d'impuretés, de sables ou de cailloux, et de goût « mauvais ».

Cela dit, il se démarque aussi très nettement du « soubala 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 et de Sainte Marie, 1995), l'introduction de nombreux éléments de nature non-domestique soustrait au produit son caractère d'authenticité territoriale.

L'acceptation d'un soubala semi-industriel dépend ainsi de l'arbitrage qu'effectuent les consommateurs entre les différentes caractéristiques apportées par chacun des soubalas, cet arbitrage étant intimement relié à des situations d'usage particulières (type de plat, moment de consommation, types de convives, etc.) (Cheyns, 1998).

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 déjà souligné, les produits locaux qui supposent un savoir-faire domestique, comme c'est le cas du soubala, 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), et l'objet de qualification diffère en étant plus centré sur les caractéristiques hygiéniques.

Dénonciation de l'innovation

Il est, cela dit, des innovations (endogènes ou exogènes) qui, parce qu'elles modifient « l'équilibrage de règles » (Favereau et Thévenot, 1991) dans les dispositifs de qualification ou de production, sont dénoncées.

Dans le cas du métier de négociant en céréales, l'accès facilité au crédit bancaire pour un type d'acteur bien ciblé est dénoncé par certains négociants dans la mesure où il modifie sensiblement les règles de coordination des acteurs : « *la profession a évolué, il y a une prolifération de commerçants. Tous ceux qui ont un peu d'argent maintenant deviennent leur propre patron. Avant les patrons n'étaient pas très jeunes, maintenant il y a beaucoup de jeunes qui sont scolarisés, ils ont plus d'appui par rapport au crédit* ». Pour ce commerçant, l'introduction des jeunes dans la profession de grossistes céréaliers, par l'accès au crédit bancaire (capital initial), remet en cause les principes d'organisation de la profession. Ces principes, revendiqués par l'essentiel de la profession, sont construits et transmis par le biais de l'apprentissage : l'initiation au métier relève d'un apprentissage assuré par les patrons (les anciens) auprès des apprentis (les petits, les jeunes) sur une durée assez longue (5 à 10 ans). Celui-ci est porteur d'une transmission de savoirs autour des techniques de marchandage, de gestion du capital, mais aussi de règles de conduites observées par la profession : « *l'apprenti est soumis à la discipline de l'ensemble des commerçants de la place* ». Les relations d'ordre sont fortement inspirées des hiérarchies communautaires, notamment quant au respect du principe de séniorité³⁰. Les apprentis sont constamment « testés » et éprouvés avant d'être élus pour prendre leur indépendance, tant sur des compétences techniques que sur leur « intégrité » ou « honnêteté » (encadré 2). C'est pendant son apprentissage, et par le biais du « patron », que l'apprenti peut constituer progressivement un capital initial qui lui permettra de démarrer à son compte une activité de négoce (encadré 2). Cette organisation de l'apprentissage, sanctionnée par l'accès à un capital initial, constitue un mode de sélection des nouveaux entrants dans l'activité et les initie à un ensemble de règles propres à la profession offrant un cadre de coordination des échanges et de la production, et supportant les repères conventionnels mobilisés pour qualifier les personnes et les produits.

On comprend alors que l'accès au crédit bancaire, plus facilité pour des jeunes scolarisés qui maîtrisent l'écriture et sensibilisés à cette nouvelle forme de prêt (taux d'intérêts et conditionnalités particulières), soit dénoncé par certains commerçants (qui en ont pâti). L'entrée directe dans l'activité, sans apprentissage auprès des « anciens », est susceptible de déstabiliser le système de règles qui caractérise la profession.

30. Le principe de séniorité, qui « règle les relations entre individus sur les axes de la filiation, des rangs d'âge, des statuts et des rôles » est décrit par B. Martellini (1996) comme principe de constitution des statuts techniques chez les forgerons du Yatenga.

ENCADRE 2 : Cooptation dans le négoce de céréales à Ouagadougou

Entretiens avec des commerçants de céréales à Ouagadougou :

- Comment avez-vous fait pour entrer dans le commerce ?

- Quand, moi aussi, après réflexion je suis venu dans le commerce, je me suis levé et je suis parti voir un de mes grands frères et je lui ai dit que je voudrais commencer le commerce à son niveau, et quand je suis parti avec lui, il m'a vraiment montré le travail, et petit à petit, au bout de 6 ans, moi j'ai su le travail. (...)

- Comment vous étiez payé ?

- Il ne me payait pas. Quand nous travaillons jusqu'au soir, quand je rentre il peut par exemple me donner 500 F Cfa ou 200 F Cfa, pour mettre dans ma poche. Mais si nous rentrons, si on fait un repas, moi aussi j'ai mon repas là-dedans. On enlève me donner, et les 200 F Cfa c'est par exemple l'argent du savon de lessive. C'était comme ça jusqu'à la sixième année³¹. Après la sixième année, quand moi aussi j'ai tout su, il me donne l'argent maintenant pour que j'aie acheter les céréales pour lui et s'il y a du bénéfice, il me donne 20 000 F Cfa. Et comme ça, jusqu'à ma dixième année avec lui, il me donne 20 000 F Cfa. Et à la dixième année, il me donne l'autorisation de me détacher. Avec les 20 000 F Cfa qu'il me donnait, j'ai pu économiser 350 000 F Cfa. J'ai pris cela pour commencer le travail, et c'est comme ça que je suis là.

(Marché de Sankareyaaré, traduction du mooré).

- Est-ce que les trois personnes qui travaillent avec vous sont vos frères ?

- Celui-là est mon frère, mais les deux autres je les ai pris comme ça, en brousse.

- Pourquoi ?

- Lui il est venu me dire qu'il veut du travail, moi je l'ai pris dans ma maison, il travaillait et j'ai vu qu'il était intègre, il n'aime pas le mensonge, il n'aime pas la tricherie, donc je l'ai pris, mettre dans mon travail. Et pour l'autre là, c'est le petit frère d'un ami qui me l'a confié, et je lui ai dit qu'il allait travailler avec moi dans la vente, puisque comme c'est un parent de mon ami, j'ai vu que lui aussi, il ne pouvait pas m'envoyer quelqu'un qui est mauvais, et quand l'enfant est venu, j'ai vu que c'était un bon enfant et nous nous sommes entendus.

(Marché de Sankareyaaré, traduction du mooré).

Source : Cheyns, 1998.

« Avant il existait une relation de confiance entre les gens, chacun essayait de garder une bonne image, pour ne pas être rayé de la communauté, pour ne pas gêner ton nom (...). Mais maintenant il existe des hommes qui n'ont pas honte, qui ne remboursent pas³². C'est le concept de commerce qui a changé. Avant on faisait le commerce pour survivre, maintenant c'est pour s'enrichir. Des grands patrons d'avant s'étaient enrichis, mais ce n'était pas leur objectif premier, ça se voyait dans leur comportement : les vêtements, les choses apparentes, tout ça restait pareil. Maintenant leur objectif, c'est de s'enrichir, dès qu'ils s'enrichissent, ils changent, ils font tout pour qu'on s'en rende compte, ils deviennent bavards » (négociant de céréales à Ouagadougou).

Pour expliquer ce qui est dénoncé par ce commerçant, revenons aux principes de légitimité de l'activité énoncés par la profession. L'objectif du négociant est bien évidemment de réaliser un bénéfice, mais cela n'est pas mis en avant comme le mobile déterminant de l'activité. La profession énonce clairement qu'elle s'écarte d'une logique purement marchande. Elle s'en écarte par une référence à la religion (musulmane pour la plupart), à la tradition et à certaines formes de sagesse et d'éducation : prières, usage de la langue vernaculaire, principe de séniorité, renvoi aux préceptes du Coran, participation au financement d'édifices religieux, sobriété, patience, humilité, réserve, maîtrise de la parole, mérite, prêts sans intérêts, etc. Notamment, le facteur religieux participe à la définition d'une « éthique et des règles précises de conduites : le respect des engagements pris devant Dieu, le refus du mensonge à but lucratif

31. Pendant les 6 premières années, l'apprenti n'avait pas ce niveau de responsabilité. Le mode d'apprentissage était surtout basé sur l'observation (« quand il achète, moi je suis là et j'écoute », « j'ai suivi comme ça, voir »).

32. Les prêts entre commerçants sont fréquents, il s'agit généralement de prêts sans intérêt.

et du bénéfice spéculatif, l'assimilation de l'intérêt commercial à une gratification sont des prescriptions expliquées par la déontologie musulmane » (Grégoire et Labazée, 1993³³).

Si l'on revient aux dénonciations citées précédemment par le commerçant, l'humilité et la sagesse, énoncées conventionnellement comme principes de la profession (et reliées aux enseignements du Coran) sont mobilisées pour critiquer « la recherche de considérations, la vaine gloire, les signes extérieurs de réussite » du monde de « l'opinion » (Boltanski et Thévenot, 1991). De même, la discrétion, le savoir-vivre et la réserve du monde domestique s'opposent au « paraître » et aux bavardages incontrôlés du monde de l'opinion.

Vis-à-vis du monde marchand, la critique est liée à l'enrichissement facile. L'argent doit être subordonné au « mérite », dans un monde « où tout ne s'achète pas ». A. Badini (1994) rappelle l'importance que les Mossis accordent à la pédagogie de l'effort et de la volonté : « Par effort, il faut comprendre la nécessité de déployer une action énergique, des forces physiques, intellectuelles ou morales dans l'intention d'obtenir un résultat et de le mériter. L'effort implique le sentiment et l'acceptation de la peine, la répugnance pour le gain facile ainsi que l'esprit de sacrifice et d'abnégation ». Cette critique vis-à-vis du monde marchand est aussi soulignée par J.B. Ouédraogo (1994) à propos des menuisiers-soudeurs de Ouagadougou, en parlant de « restriction éthique ; une méfiance vis-à-vis de l'argent qui montre qu'il est essentiel pour assurer sa fécondité, que la source de celui-ci soit le travail (...) » *Chez nous les gens qui ont commencé avec beaucoup d'argent échouent parce qu'ils n'ont pas trop souffert pour l'avoir*³⁴ ». Enfin, le commerce à des fins de subsistance (« pour survivre ») s'oppose au commerce « pour s'enrichir »³⁵.

Ce cas de dénonciation, bien que non vraiment généralisé, illustre l'effet que peut produire une innovation exogène sur l'équilibrage de règles en vigueur dans un dispositif de production. Celle-ci remet en cause le collectif constitué par la profession et ce qu'il permet de résoudre dans la coordination et dans l'échange par l'émission et la traduction d'informations particulières. Mais aussi, elle est susceptible d'entraîner un changement de convention, et par là, un changement de pouvoir, corollaire de la coordination (Favereau, 1998).

Des innovations pour s'adapter

Nous avons indiqué en quoi certains éléments sont de nature à déstabiliser les équilibrages de règles. Soulignons aussi que c'est par un processus d'innovations qu'ils évoluent et peuvent se maintenir sans risquer de devenir caducs.

L'embauche qualifiée

L'introduction des apprentis bouchers ou négociants et l'embauche d'employés dans les petites entreprises de négoce sont, d'une manière générale, basées sur une appartenance familiale. Un des intérêts est la confiance qui peut leur être accordée : « *tu as plus confiance quand c'est des parents, en particulier pour confier la caisse* », « *si tu prends des employés (non-parents) et que tu as des problèmes, ils se retournent contre toi, ils te font des procès* ». Les sanctions sont internalisées dans un groupe social particulier et les conséquences, d'ordre social et économique, peuvent être lourdes pour le fautif (rupture avec des réseaux communautaires).

Inversement, l'embauche de « non-parents » apparaît délicate. La confiance « organique » entre gens de même communauté n'est plus probante, les institutions qui supportent d'autres

33. Etudes des réseaux marchands haoussas du Niger et du Nigeria.

34. Mahamat M.Y., 1989. Typologie des entreprises artisanales. Mémoire Essec, Ouagadougou.

35. « L'art naturel d'acquiescer » dans le cadre de « l'administration de sa maison » de façon à assurer la subsistance de l'unité domestique s'éloigne de l'art des affaires « animé par un désir illimité » (Boltanski et Thévenot, 1991, à partir des travaux d'Aristote).

systèmes de coordination et de sanction font défaut. A titre d'exemple, la preuve écrite n'a pas la force qu'elle détient dans les sociétés occidentales, même si elle tend à émerger.

Cela dit, l'adaptation des entreprises à un environnement évolutif (accès au crédit bancaire, introduction de nouvelles technologies, appels d'offre publics, etc.) nécessite le recours à des emplois qualifiés d'un autre type. La nécessité de tenir des cahiers de compte, une comptabilité, de faire de la gestion et de l'économie financière, l'octroi et le suivi des emprunts bancaires, l'introduction de nouvelles technologies nécessitant un calcul d'amortissement et un suivi technique, sont autant de facteurs que certaines unités de production et de commercialisation ne peuvent plus contourner. Les responsables, pour une grande part analphabète dans le milieu commerçant, ne peuvent plus se contenter de recruter des parents non-scolarisés. C'est ainsi que l'on constate le recrutement de commis collectifs sur les marchés, de comptables privés, de spécialistes de l'analyse financière, ou que des unités réclament des « gestionnaires de matériels sophistiqués ». Un commerçant-grossiste en céréales installé à Ouagadougou dans une boutique explique qu'aujourd'hui dix personnes travaillent pour lui dont trois seulement sont des parents. Les autres sont recrutés, toujours par l'intermédiaire de « connaissances » (mais non forcément de parents), au niveau Bepc et baccalauréat de gestion. Ces employés, bien que polyvalents, sont spécialisés dans un domaine d'activité (crédit, comptabilité, etc.). Le patron surveille malgré tout, « à sa manière ». Sur les marchés, des commerçants ont de façon collective recruté des commis chargés de réaliser certaines écritures, notamment les actes de vente et d'achat, qui tendent à constituer un nouveau type de preuve (de nature civique). D. Requier-Desjardins (1995) explique, dans le même sens, que lorsque les opérateurs peuvent éviter l'embauche de parents sur des bases lignagères, il est alors possible « d'opérer des embauches sur des critères de compétence technique par rapport à des profils de poste, et alors d'organiser par exemple une gestion comptable ou bien une gestion des stocks rationnelle, effectuées par des éléments jeunes passés par le système scolaire, ce qui ouvre à l'entreprise, malgré l'existence de règles communautaires, un champ d'activités et des perspectives d'évolution beaucoup plus larges ».

Des écoles professionnelles en alternance

La sélection des apprentis-bouchers a fortement évolué en ville. L'entrée dans l'activité est à la base liée à un statut hérité, mais à Ouagadougou, la sélection s'opère de moins en moins sur ces bases lignagères. De même, en ville, la transmission des savoir-faire alimentaires s'étend à des réseaux « socio-affinitaires » (Bom Kondé, 1995). L'ouverture sur un espace plus large que celui des relations parentales peut à terme nécessiter un système de classification plus institutionnalisé. Au rapport direct patron-apprenti, peut se substituer un rapport « médiatisé par des institutions extérieures à l'entreprise » : formation certifiée, syndicats professionnels qui établissent des classifications, etc. « Ceci est cohérent avec l'existence d'un marché du travail urbain, où la main-d'œuvre peut être recrutée à distance » (Eymard-Duvernay, 1986).

La profession des bouchers revendique le maintien d'un système d'apprentissage par expérience auprès des anciens (tel que décrit pour l'activité de négociant). Elle dénonce certaines formes de sanction des connaissances telles que les diplômes universitaires pour exercer l'activité. En même temps, certains responsables du bureau des bouchers évoquent les difficultés inhérentes au besoin d'acquérir de nouveaux types de savoirs (gestion des stocks, techniques de nettoyage des peaux, nouvelles formes de vente, etc.). La constitution « d'écoles d'apprentis-bouchers » en alternance avec un apprentissage direct dans les étals, auprès des anciens, est clairement envisagée. Elle se présente comme un compromis entre des dispositifs « domestiques » des « métiers » et l'acquisition de nouveaux savoirs dans des dispositifs « civiques-industriels » scolaires, ouvrant la voie à une sorte de « certificat professionnel », et permettant de s'adapter aux nouvelles conditions d'échange et de production.

Conclusion

L'implication des ressources locales dans les dispositifs de qualification, ainsi mise en valeur, conduit, dans les stratégies de développement, à porter une attention particulière à ces ressources et à leurs conditions d'évolution. Des dispositifs de qualification basés sur des modes de connaissance personnifiés sont pertinents dans des situations particulières, notamment quand des ressources domestiques sont engagées dans les systèmes de production.

Cela dit, les conditions d'échange et de production urbaines conduisent à des aménagements. Les compromis réalisés tendent à résorber des tensions inhérentes à des modes de production artisanaux avec des besoins d'échange et de recrutement « à distance ». « La question de la qualité n'est jamais aussi préoccupante que lorsque fait défaut la confiance apportée par des marchés fidélisés, ou l'uniformisation stabilisatrice issue d'une standardisation d'ordre industriel » (Thévenot, 1997). Entre ces deux ordres, les formes de production locales se dotent de nouvelles ressources engageant des compromis à même de résoudre les tensions observées.

L'établissement d'un compromis sur la qualité : le cas des groupements de productrices de soumbala³⁶

Emmanuelle CHEYNS, Cirad

Les spécificités du secteur artisanal de transformation des produits vivriers

Le secteur artisanal au cœur de l'approvisionnement des villes

De nombreux travaux soulignent la diversité des filières agro-alimentaires en Afrique et la place prépondérante qu'occupe le secteur artisanal³⁷. La stabilisation des importations de riz et de blé depuis les années 1985³⁸ et un regard sur les pratiques alimentaires des consommateurs urbains indiquent une tendance à la diversification des produits, plutôt que celle d'un mimétisme (ou une extraversion alimentaire) qui rendrait peu compétitifs les produits artisanaux par rapport aux produits industriels et importés³⁹. Dans ce contexte, les auteurs soulignent le fort potentiel de l'artisanat et les opportunités de marché pour les produits agricoles locaux.

A Ouagadougou, le « secteur informel »⁴⁰ (tous secteurs confondus) occupe 73 % de la population active (Van Dijk, 1986). L'artisanat alimentaire détient une place prépondérante dans le secteur de la transformation et du ravitaillement des villes en produits vivriers, qu'il est difficile de chiffrer. Toutefois deux enquêtes budget-consommation réalisées dans la ville de Ouagadougou dans les années 1985 (figure 1) permettent de montrer que la part des dépenses alimentaires en produits industriels est estimée à 18 %⁴¹, alors que celle en produits transformés par l'artisanat est estimée à 43% (plats préparés, viandes, poissons, pâte d'arachide, beurre de karité, soumbala, levure, feuilles séchées).

Les 38 % restant concernent l'achat de produits agricoles « bruts » (céréales, tubercules, légumineuses, fruits, légumes, épices). Ces produits sont transformés dans l'unité domestique, mais il faut noter qu'une part du maïs, du mil et du sorgho bruts est transformée dans des moulins de quartier, en prestation de service et qu'elle pourrait de ce fait être intégrée dans la catégorie des transformations artisanales marchandes.

36. L'auteur remercie Nicolas Bricas et Pascale Maïzi pour leur lecture critique de cette contribution.

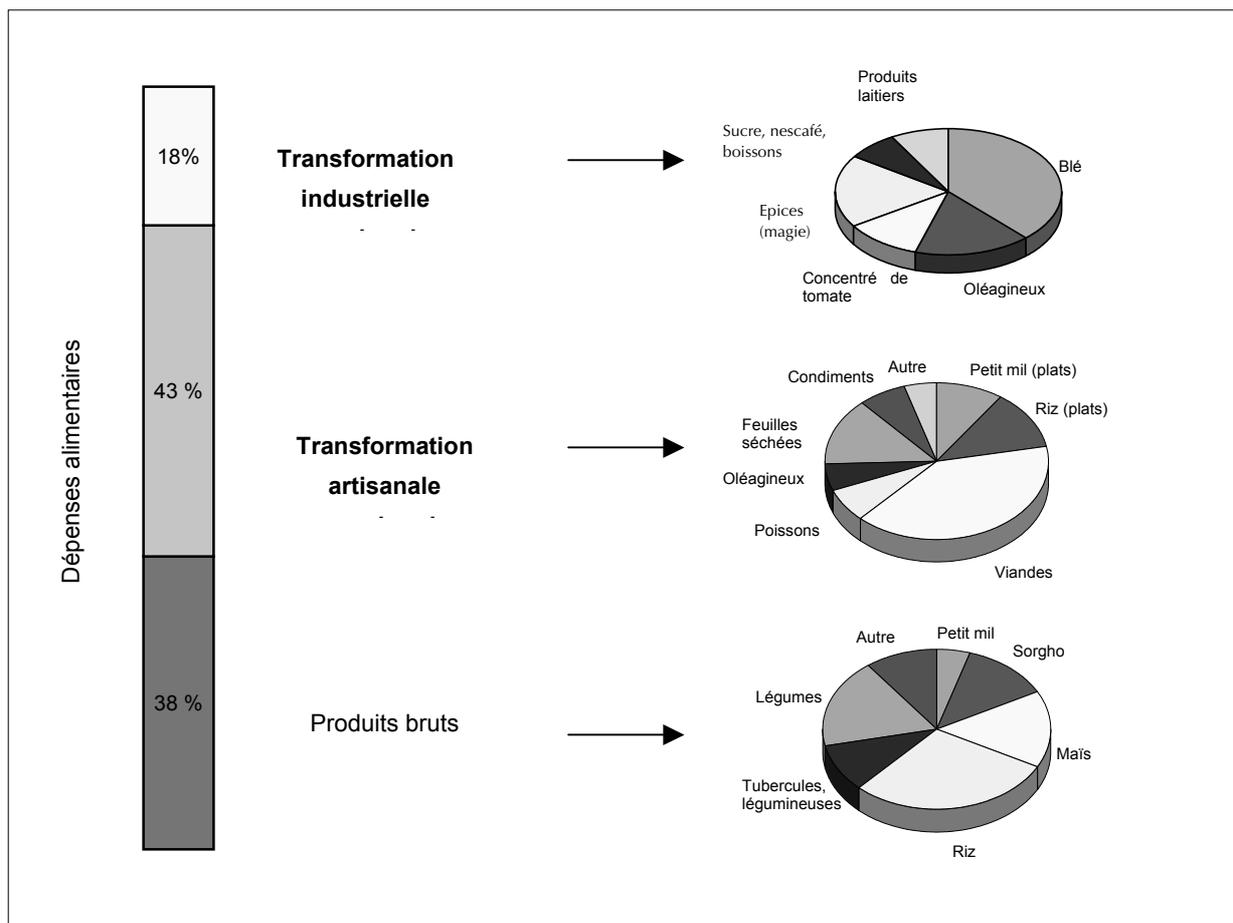
37. Voir notamment : Altersial, Cered et Msa (coll.), 1985 : Nourrir les villes en Afrique sub-saharienne. Lopez, 1996, Thuillier-Cerdan, 1996, Nago *et al.*, 1993.

38. Pour le Burkina Faso, voir Cheyng, 1998, et pour la Côte d'Ivoire, Requier-Desjardins, 1989.

39. Requier-Desjardins, 1985 et 1989; O'Déy et N. Bricas, 1985; Bricas et Sauvinet, 1989; Odunfa, 1992; Bricas, 1992.

40. Il existe une définition internationale du secteur informel, adoptée à Genève par la 15^e Conférence internationale des statisticiens du travail (janvier 1993). « Selon les termes de cette définition, le secteur informel comprend l'ensemble des unités économiques non érigées en sociétés ou ne tenant pas de comptabilité complète et constituées par des entreprises familiales (n'employant pas de salariés permanents) ou des micro-entreprises (employant des salariés permanents non enregistrés ou en dessous d'un certain seuil de taille), le critère du non-enregistrement pouvant en outre être éventuellement pris en compte comme critère d'inclusion » (Charmes, 1996).

41. Le secteur de la transformation industrielle concerne certains produits : l'huile, le concentré de tomate, les pâtes alimentaires, le pain, le sucre, certaines boissons, la farine de blé. Parallèlement, un secteur semi-industriel de transformation des céréales et des fruits et légumes se développe, mais les quantités écoulées sur le marché restent pour l'instant très faibles (farine de maïs, farines infantiles, biscuits, sirop, jus, confitures, soumbala-cube, etc.).



Sources : Thiombiano *et al.* (1984) ; Delgado *et al.* (1988) - Données et précisions en annexe 1.

Figure 1 : Répartition des dépenses alimentaires des ménages à Ouagadougou en 1983-1985 entre produits bruts, produits issus d'une « transformation artisanale marchande » et produits issus de la transformation industrielle.

Une typologie des activités de transformation artisanales basée sur l'apprentissage

Le secteur artisanal marchand est relativement vaste et hétérogène. La suite de l'exposé nous amène à opérer préalablement une distinction de ce secteur en deux types, selon le degré de spécialisation des compétences et de sélectivité dans l'acquisition de ces compétences (tableau I).

Dans le premier cas (type 1), nous parlerons d'activités ou de métiers spécialisés, pour lesquels l'activité est fondée sur une compétence spécialisée, issue d'une transmission sélective du savoir. C'est le cas des métiers de boucher, forgeron ou potière⁴², qui, dans certaines régions du Burkina sont des métiers « hérités » à l'intérieur de certains lignages (métiers « castés »). Les artisans fournissent ici un produit ou un service pour toutes les autres catégories sociales n'ayant pas accès à ces activités marchandes très anciennes.

Dans le deuxième cas (type 2), l'activité et l'apprentissage sont (ou étaient encore récemment) peu spécialisés. Les savoir-faire ne sont pas forcément transmis dans une relation de type « maître-apprenti » codifiée, volontaire et systématique (cas pour les « métiers » spécialisés),

42. Pour plus de détails sur certains métiers au Burkina Faso : voir P. Maïzi (1993) sur le métier de potière, J.B. Ouédraogo (1994) sur le métier de menuisier-soudeur, B. Martellini (1996) sur le métier de forgeron, E. Cheyns (1998) sur le métier de boucher.

mais plutôt par « imprégnation » progressive (Chamoux, 1982) « tout au long de l'enfance (...) sans qu'il s'établisse de relations sociales visant spécifiquement la transmission » (*idem*). Les savoirs ne sont pas appropriés de façon exclusive par un groupe particulier et ne fondent pas une spécialisation de l'individu. Des produits tels que le soubala, certains plats culinaires, les farines de céréales, etc., sont rattachés à cette catégorie des savoir-faire transmis généralement au sein de l'unité domestique pour une consommation familiale (même s'ils peuvent aussi faire l'objet d'échange). Ces activités de transformation alimentaire moins spécialisées que les premières tendent à intégrer le champ de l'artisanat marchand. Ce processus, aussi bien urbain que rural va de pair avec un début de spécialisation de l'activité⁴³ dans le sens où elle peut être prise en charge par certaines personnes, et où les produits sont distribués à d'autres, qui ont cessé, au moins temporairement, l'activité. Cette spécialisation apparaît toutefois peu fondée sur une sélectivité de la transmission des savoir-faire (tableau I).

Tableau I : Typologie des activités de transformation artisanales de produits vivriers locaux.

| | Type 1 Métiers spécialisés | Type 2 Activités à l'origine non spécialisées |
|---|---|--|
| | Ex. : bouchers, potières, forgerons. | Ex. : préparatrices de soubala, de beurre de karité, de certains plats et boissons, de sous-produits céréaliers, etc. |
| <i>Organisation de l'activité en milieu rural :</i> | | |
| Nature de l'apprentissage Accès à l'activité et légitimité du travail | Relation de type « maître-apprenti » Appropriation exclusive par certains membres, avec distribution (échange ou vente) aux autres membres non spécialisés. Activité fondée sur une compétence spécialisée et une identité professionnelle. Transmission sélective | Apprentissage par « imprégnation » Faible sélectivité (essentiellement sexuelle : activités féminines) La production n'est pas forcément destinée à un échange (consommation intra-domestique) Compétences peu spécialisées (et non exclusives d'un groupe) ⁴⁴ Début de spécialisation de l'activité, avec distribution marchande aux autres membres du village ou sur d'autres marchés plus éloignés |
| <i>Evolution en milieu urbain :</i> | | |
| Entrée et nature de l'activité Régularité de l'activité Dénomination vernaculaire (en mooré) Dénomination légale | Activité et transmission toujours sélectives, mais modification des critères de sélection. Activité principale et continue Il existe un terme spécifique pour désigner ces métiers (ex : <i>koaso</i> : boucher) Sont inclus dans la nomenclature officielle en tant que métiers spécifiques (« boucher », « potier », etc.) | Spécialisation de certaines activités de transformation avec distribution marchande, sous trois formes Individuelle ou familiale (forme dominante) Petites entreprises Groupements féminins de production Pas forcément activité principale ni continue Ne renvoie pas à un métier identifié Pas d'identification spécifique, sont classées dans une catégorie « secteur informel ». |

43. Mais non forcément de spécialisation des compétences.

44 On peut constater une sélectivité par rapport à un type de production dans une activité de transformation donnée et une spécialisation des compétences qui s'acquiert avec l'âge et la position génésique. Toutefois, ce n'est pas l'activité prise globalement qui constitue une spécialisation ou qui est exclusive de certains groupes.

En ville, ce deuxième type d'artisanat se développe sous trois formes. L'artisanat individuel (ou familial) domine deux formes plus récentes (mais qui représentent une très faible part des quantités vendues) : les petites entreprises, informelles, qui se distinguent de l'artisanat individuel en ce qu'elles emploient une main d'œuvre externe au ménage ; les groupements féminins, qui sont basés sur une forme collective et de partage des tâches et responsabilités. Dans sa forme individuelle (ou familiale), l'artisanat marchand de produits alimentaires (de type 2) n'est pas forcément une activité principale et régulière, et se distingue en ce sens des métiers spécialisés.

Il est enfin intéressant de souligner qu'aussi bien dans la classification officielle (code des professions et métiers) que dans les dénominations vernaculaires, les métiers spécialisés sont spécifiés, ce qui n'est pas le cas des autres activités (type 2). Ces dernières sont, pour l'Etat, définies comme activités du « secteur informel », alors que « bouchers » ou « potiers » sont désignés en tant que tels dans le code des professions. Leur dénomination en mooré (langue mossi) n'est pas non plus spécifique ; les artisanes sont les « *femmes qui font et qui vendent tel produit* », alors que les bouchers sont les « *koaso* » (boucher).

Spécificité des produits artisanaux : ressources domestiques, compétences et savoir-faire

Comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, la spécificité des produits transformés artisanalement se relève dans le système de production, caractérisé par l'engagement de ressources personnifiées ou domestiques (Boltanski et Thévenot, 1991).

Ces produits sont issus d'actions techniques de transformation manuelles, étroitement liées aux compétences de l'artisan. Ces compétences peuvent être axées sur le maniement de l'outil technique, sur les conditions de transformation du produit (où sécher la farine, sur quel support, avec quelles précautions, etc.), sur le choix de certaines matières premières, sur des techniques (le roulage manuel de la farine de mil, la fermentation des graines de néré). Au-delà des compétences de l'artisan, la production est qualifiée à travers une application, un respect des savoirs et savoir-faire, autrement dit une « loyauté » de l'artisan.

La nature domestique des ressources productives se révèle dans leur mise en œuvre et leur transmission. Ces ressources sont définies par une autorité hiérarchique, une proximité spatiale ou locale et par une équivalence temporelle référée à la « tradition ». Nous traiterons ici des ressources mises en œuvre dans les métiers spécialisés (type 1) et, en milieu rural⁴⁵, dans l'artisanat alimentaire domestique (type 2).

La qualification de l'artisan est progressive, elle vient avec l'âge. P. Maïzi (1994) le souligne tant dans le processus d'apprentissage de la cuisine que dans celui de la céramique : « au fur et à mesure que les filles grandissent, ce sont des gestes de plus en plus précis, et des actes de plus en plus risqués techniquement qui leur sont soumis ». La constitution des statuts techniques des forgerons dans le Yatenga (Martellini, 1996), mais aussi des bouchers, se fonde sur un principe de « séniorité » et « d'antériorité »⁴⁶. Le statut matrimonial et la position biologique des femmes rendent aussi compte de leurs savoirs et de leurs activités techniques : « le mariage marque un seuil au-delà duquel les femmes cessent de n'être qu'apprenties, sans pour autant cesser d'apprendre. (Puis) vient la période où les vieilles femmes ménopausées sont reconnues localement, et par tous les acteurs sociaux, comme des individus qui détiennent un savoir » (Maïzi, 1994). « L'autorité technique » (idem) que ces dernières acquièrent se traduit par l'appropriation exclusive d'un certain type de production, par exemple les jarres cérémonielles pour les plus vieilles potières (id.). « Quand la force finit (quand on vieillit), le travail devient plus joli ».

45. Il s'agit bien des ressources mises en œuvre en milieu rural et dans l'unité domestique. Celles mises en œuvre en milieu urbain sont actuellement remises en cause (voir plus loin).

46. La séniorité « règle les relations entre les individus sur les axes de la filiation, des rangs d'âge, des statuts et des rôles » ; l'antériorité « règle les rapports entre les lignages et les clans au regard de leur hiérarchie dans la métallurgie du fer » (Martellini, 1996).

Ces savoir-faire sont aussi transmis et mis en œuvre à travers une proximité spatiale entre les personnes, par rapport à un lieu de référence, une famille, un village ou un groupe géo-culturel. Le soubala et le *dolo*⁴⁷ sont deux produits alimentaires qui rendent particulièrement visible cette proximité spatiale.

Enfin, les actes techniques font fréquemment référence à un précédent, un passé (dans un choix de valoriser ce passé précisément).

Concernant les produits alimentaires artisanaux (de type 2), la transmission des savoirs « par imprégnation » dans l'unité domestique et leur apparition relativement récente dans l'artisanat marchand, ont une conséquence importante. Les consommateurs qui ont recours au marché pour s'approvisionner en ces produits ont une connaissance particulière des procédés d'obtention par expérience familiale. Ce mode de connaissance suppose une proximité (par rapport aux personnes, aux matières, aux outils, aux procédés, etc.), notamment dans la qualification des produits.

L'épreuve marchande : suspicion sur la qualité des produits artisanaux

Suspicion sur la qualité des produits alimentaires artisanaux

Les entretiens réalisés avec les ménagères urbaines révèlent une suspicion relativement généralisée quant à la qualité de produits alimentaires artisanaux (type 2) vendus sur les marchés de Ouagadougou : « *Moi je n'achète pas le soubala au marché. En général, le soubala c'est mal fait. Il y a des gens qui lavent ça par exemple dans les barrages, avec de l'eau sale. Au marché je ne sais pas comment c'est fabriqué, c'est pas prudent* » (consommatrice, Ouagadougou).

Les préparatrices-vendeuses sont suspectées de « fraudes » : adjonctions (produits « coupés ») et tromperies : modification des chaînes opératoires pour des gains de temps et d'argent (diminution des temps de cuisson, de fermentation, etc.), modification des matières premières utilisées, tromperie sur la nature ou l'origine même du produit. Les consommateurs leur reprochent aussi le manque de soin, les mauvaises conditions hygiéniques de préparation et de vente, enfin le manque de savoir-faire.

Au moment de l'achat du soubala, l'aspect du produit, sa couleur, sa texture ne suffit pas toujours à renseigner sur la qualité du produit. Les consommateurs ont besoin d'informations sur les facteurs de production (soin apporté à la préparation, conditions de séchage, temps de cuisson, mode de transformation, etc.).

Mais comment obtenir cette information de façon crédible ? Pour les acheteurs, l'incertitude sur la qualité des produits artisanaux vendus sur des marchés relève d'une imperfection de l'information, à deux niveaux. Le premier renvoie à une asymétrie de l'information entre vendeur et acheteur et au possible comportement opportuniste du vendeur qui ne respecterait pas les « normes » de production connues à l'échelle familiale (adjonctions frauduleuses, etc.). Se pose alors la question des « règles » qui permettent de limiter ces comportements opportunistes. Le deuxième niveau renvoie à la différenciation des ressources cognitives des artisans et consommateurs. L'incertitude porte alors sur les ressources productives de l'artisan, du fait d'une connaissance qui peut être limitée (selon son origine sociale, géo-culturelle, etc.) pour produire, mais aussi du consommateur pour qualifier le produit. L'évaluation de la qualité nécessite alors une évaluation des savoirs de l'artisan, des règles qui les garantissent et un accord tacite sur les « normes » de production, sachant que ces normes ne sont pas formalisées par écrit, elles sont ici établies par un mode de connaissance personnifié.

47. Bière de sorgho rouge.

Dénonciation des conditions d'échange des produits alimentaires

Le contexte d'urbanisation conduit à une dépersonnalisation de l'échange. Le travail se segmente (séparation de l'unité de production et de commercialisation, multiplication du nombre d'intermédiaires), la taille des marchés s'accroît, les origines des produits vendus sur les marchés se multiplient.

La majorité des vendeuses de soubala sur les marchés sont des (re)vendeuses. Elles s'approvisionnent auprès de différentes sources : productrices de villages périurbains, de zones rurales diverses ou de Ouagadougou. L'origine du soubala est assez souvent méconnue de ces vendeuses lorsque plusieurs intermédiaires se chargent du commerce.

Ces conditions de l'échange sur les marchés urbains vers plus d'anonymat, conduisent à une perte d'information pour le consommateur sur les caractéristiques du produit. L'évaluation du savoir-faire de l'artisan, du procédé et des outils utilisés nécessitent alors une réactivation des relations de proximité entre partenaires de l'échange autour des produits : *« 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 une telle, 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 ».*

Les conditions d'échange sont dénoncées : au marché *« on ne sait pas qui est qui »*, 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 le soin de bien faire pour toi »*. Les consommatrices dénoncent l'anonymat qui prévaut dans la transaction et entre acteurs (au lieu de rapports personnalisés basés sur des relations domestiques ou de réputation); elles dénoncent aussi la production *« en grande série »* ou *« non dédiée »* (au lieu d'une attention particulière et dédiée aux attentes de la cliente).

Les préparatrices et vendeuses urbaines sont perçues comme des *« commerçantes »* avant d'être des artisanes, elles sont *« 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 »* : *« 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 soubala ».*

Pour les consommatrices, les préparatrices-vendeuses urbaines sont dans une logique de profit. Cette logique les conduit à réaliser des choix techniques pour augmenter leurs gains, au détriment de la qualité, en diminuant le temps et les coûts de production : diminution des temps de cuisson et de fermentation, lavage rapide et non soigné des graines pour le soubala, par exemple. Ici, la recherche de profit n'objective pas l'effort.

Or cette légitimité commerciale de l'activité n'apparaît pas, aux yeux des consommateurs, fondée sur une compétence.

Remise en cause des compétences culinaires

Une part importante de la croissance du secteur informel est liée à l'entrée de femmes sur le marché du travail, dans des activités de commerce et de service, processus qui s'est particulièrement développé depuis la mise en œuvre des politiques d'ajustement et la dévaluation du franc Cfa (Charmes, 1997).

Ce secteur est caractérisé par un faible investissement en capital. Plusieurs auteurs soulignent la facilité d'entrée dans ce secteur. Pour partie des activités, l'entrée n'est pas conditionnée par une spécialisation des savoirs. J. Charmes (1990) et E. Lopez (1996) montrent que ces activités

débouchent le plus souvent sur une accumulation « extensive », par multiplication des unités (réinvestissement des bénéfiques dans des activités similaires ou complémentaires) et non par accroissement de la taille de l'entreprise. Il en résulte des choix d'activité souvent instables : une fois l'objectif atteint, le producteur peut modifier ses activités.

Dans ce contexte de développement de l'artisanat alimentaire marchand, la transmission des savoirs culinaires « par imprégnation » est remise en cause en milieu urbain. Le soubala est aujourd'hui très rarement préparé dans les ménages urbains (ces derniers s'approvisionnent au village ou sur les marchés) : qui alors assure la transmission des savoirs ? L'accès relativement facile à ce secteur conduit à une pléthore d'intervenants que le consommateur ne peut facilement identifier. Cette facilité d'entrée et la non-spécialisation de l'activité posent la question de l'évolution des règles autour de la transmission et celle des normes autour des produits. Des femmes peuvent s'improviser préparatrice-vendeuse de produits alimentaires sans avoir forcément intériorisé un savoir-faire et un savoir-être *domestiques* garants de certaines caractéristiques des produits (telles que les spécificités territoriales) : « *en ville, une femme peut se lever un matin et dire qu'elle va faire du soubala et puis le vendre* »⁴⁸ ; « *au village, elles ont appris* ».

Le contexte de crise économique renforce cette dénonciation : l'entrée en activité apparaît liée à des besoins monétaires, elle n'est pas négociée de façon collective, ce qui assurerait l'acquisition de savoir-faire, et les besoins d'argent justifieraient les choix techniques de diminution des coûts réalisés.

Par ailleurs, les préparatrices-vendeuses urbaines sont présentées par certaines femmes, et notamment des femmes fonctionnaires ou salariées, comme non qualifiées par rapport aux conditions d'hygiène ; dans ce domaine, elles sont « *ignorantes* ». Le plus souvent analphabètes et non scolarisées, elles ne sont pas « qualifiées » pour produire des caractéristiques hygiéniques et sanitaires propres au monde *industriel-civique*, qui nécessite « *une éducation de base* » et une « *scolarisation* ». Un extrait de causerie avec des femmes fonctionnaires met en évidence ces traits dans les discours :

– F : (à propos de la farine de maïs) : *Regarde vers Nemnin, au bord de la route, les femmes étalent ça au bord de la route.*

– F : *Et puis la poussière, les voitures, ...*

– F : *Au marché tu ne peux pas savoir comment la farine a été étalée.*

– F : *Ça peut être plein de maladies, tu as des chances d'avoir des problèmes.*

– F : *Les femmes qui font ça elles se disent qu'il n'y a pas de problèmes.*

– F : *Mais oui !*

– F : *Elles sont ignorantes.*

– A : *Quel genre de femme ?*

– F : *Il y va de l'éducation de la personne, et puis de son caractère, et du milieu.*

(Causerie, 1996).

Des causeries avec un autre groupe de femmes, non scolarisées et ne parlant pas le français, mettent en évidence un autre type de dénonciation : l'usage de forces surnaturelles pour nuire ou contraindre à l'achat :

– F : *En tout cas le marché est problème. Souvent si tu rentres dans le marché ton cœur se gâte. (références aux maladies, à la poussière, etc. ?)*

– F : *Moi, je n'achète pas la bouillie dans la rue. C'est de la magie blanche, ils veulent tuer les gens, si tu manges tu as envie de vomir.*

48. 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).

– F : Elles préparent le repas et puis ce qu'ils appellent le *kġstɔm* (« gris gris » de vente), elles mettent des bagues et autres dans la sauce, et puis elles remuent comme ça, pour que ça s'achète bien.

Même si ce discours peut être prononcé pour justifier l'achat de bouillie dans la rue auprès des artisanes (« elles utilisent des gris-gris pour que le produit s'achète »), ce qui est une pratique courante dans ce groupe, ces femmes dénoncent l'usage incontrôlé de pouvoirs surnaturels dans le cas de l'artisanat marchand urbain.

A travers tous ces exemples, c'est bien l'absence de « règles » garantissant la qualification des personnes et des produits qui est en cause.

Ces dénonciations apparaissent comme un fait essentiellement urbain. 64 % des femmes interrogées indiquent que les problèmes de qualité se rencontrent « plutôt en ville »⁴⁹. Pour 90 % d'entre elles, cela est lié à la recherche de profit. Le soubala préparé au village est préféré à celui de Ouagadougou par 58 % des ouagalaises interrogées (35 % répondent qu'elles n'ont pas de préférence entre les deux⁵⁰). Elles s'approvisionnent au village (54 % des ménagères) parce que c'est « du bon soubala », « plus propre », « mieux préparé », « bien cuit », etc.

Les justifications apportées ont trait à l'engagement de ressources domestiques dans les conditions d'échange et de production au village : le travail est fondé sur l'appartenance au groupe (et non sur une logique de profit), codifié par des règles hiérarchiques, une proximité spatiale et temporelle, qui garantissent l'acquisition de savoir-faire « normalisés » et sanctionnent l'entrée ou la sortie de l'artisane. Les contacts entre offreurs et consommateurs sont directs et fonctionnent sur une réputation personnalisée. La compétence est reconnue aux préparatrices, perçues comme des professionnelles.

Au contraire, en milieu urbain, la suspicion sur la qualité résulte d'une incompatibilité entre des conditions d'échange dépersonnalisantes et des produits dont la qualité est déterminée et évaluée par un mode de production et de connaissance qui suppose justement l'engagement de ressources domestiques.

L'émergence de compromis : les groupements féminins

Cette incompatibilité et la suspicion qui en résulte sont systématiques dans des situations d'échange sur des marchés alimentaires ou de rue⁵¹. Il existe toutefois d'autres situations d'échange en ville où sont éludées ces suspicions, notamment l'approvisionnement au domicile d'une productrice ou dans un groupement féminin (figure 2).

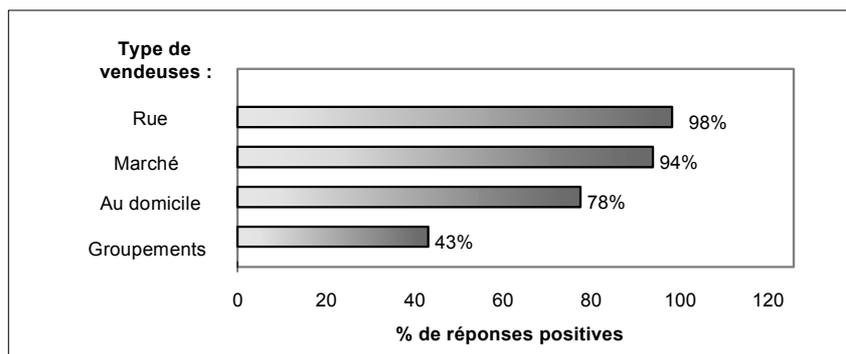
Si les associations féminines existent depuis longue date au Burkina Faso, une conjoncture politique favorisant ouvertement les mouvements associatifs féminins s'est développée depuis la révolution de 1983, impulsant notamment la création des « groupements coopératifs » en milieu urbain. Ce contexte dans lequel se sont développés les groupements féminins est important pour comprendre leurs spécificités.

La révolution sankariste a avant tout constitué une rupture qui se voulait radicale, en marquant une ferme volonté de se « débarrasser de l'emprise féodale » et de promouvoir une « conscientisation » des populations de nature civique.

49. Ils se rencontrent « plutôt au village » pour 3 % des femmes seulement, et « tant en ville qu'au village » pour 33 %. Enquête menée en 1996 auprès de 125 femmes de la ville de Ouagadougou. Cet échantillon n'est cependant pas représentatif de la population.

50. Enquête menée en 1994 auprès d'un échantillon de 119 ménages représentatif de la population. Question : « Quel soubala préférez-vous : celui du village ou celui que vous achetez à Ouagadougou ? » ; « Pourquoi ». (n = 54 % de l'échantillon total).

51. Vente dans la rue, itinérante ou fixe sur de petits étals, des nattes, etc. Ces lieux sont non officiels, voire illégaux.



Source : Enquête menée en 1996 à Ouagadougou (125 ménages).

Figure 3 : Perception de la qualité des produits artisanaux selon la situation d'achat (achat en bordure de rue, sur un marché, au domicile de la préparatrice, dans un groupement). « *quelles sont les artisanes qui devraient améliorer la qualité de leurs produits ?* » Question posée pour chacun des quatre types de vendeuses.

Ce revirement s'est traduit par une volonté de « démocratisation du savoir »⁵². De grandes opérations sont lancées, telles les *alphabétisations fonctionnelles commando* (février-avril 1986), en langues maternelles, en ville et dans les campagnes. Ce mouvement marque une rupture par rapport aux règles domestiques de transmission des savoir-faire, notamment quant au partage codifié des tâches et des savoir-faire. A titre d'exemple, en 1988, est organisée une campagne pour développer le transfert de métiers traditionnellement masculins en faveur des femmes : maçonnerie, menuiserie, tissage (Maïzi, 1995). L'établissement du nouveau « Code des personnes et de la famille » vise de même à rompre avec les « hiérarchies traditionnelles et coutumières » pour l'égalité civique. Le développement des femmes devient une priorité, il est orienté par l'Ufb à travers des actions de formation (« alphabétisation, initiation aux techniques de comptabilité et gestion, aux techniques de transformation et de conservation des produits locaux », « création de centres de formation artisanale dans les zones urbaines »⁵³) et des actions de regroupement coopératif dans le domaine du commerce et de l'artisanat : « création de coopératives artisanales de femmes »⁵⁴. Dans ces secteurs, la volonté est de promouvoir le secteur informel et la valorisation des produits locaux, de remédier à « l'insuffisance d'instruction » et à « l'étroitesse des bases professionnelles »⁵⁵.

Par ailleurs, on constate au travers des discours et textes officiels, une volonté d'orienter les systèmes productifs vers une plus grande efficacité. Le mouvement coopératif est redéfini de façon à ce que se trouvent maintenant « réunies les conditions nécessaires pour le passage de la petite production archaïque à la grande production de type moderne, susceptible de garantir l'autosuffisance alimentaire (...) dans le cadre d'une économie nationale indépendante, autocentrée et autoentretenu »⁵⁶, chacun doit arriver à maîtriser des techniques particulières, les compétences et les réalisations doivent être « mesurables », l'objectif d'autosuffisance alimentaire passera par « la grande production de type moderne ».

Enfin, rappelons brièvement un dernier trait de cette révolution : la place qui est laissée à « l'inspiration collective », résumée par le mot d'ordre « Libérer son génie créateur » ; expression qui est encore citée aujourd'hui, par les productrices en groupements pour justifier des innovations de leur cru.

52. Journal *Carrefour Africain*, n°922, 14 février 1986.

53. *Plan d'action national en faveur de la femme*, Ufb.

54. *Idem*

55. *Idem*

56. Journal *Carrefour Africain*, Spécial An V.

Aujourd'hui, les groupements féminins s'appuient sur une diversité d'objets, tant de nature domestique, que civique, industrielle et inspirée, traduisant des compromis particuliers quant à la qualification de leurs produits.

Caractérisation des groupements

L'organisation des groupements féminins de production de soubala à Ouagadougou révèle l'existence de compromis réalisés au niveau des ressources de l'échange et de la production, aptes à rétablir un accord sur la qualité des produits.

Motivation des femmes : l'entraide

La légitimité de l'activité des femmes dans les groupements n'est pas fondée sur une maximisation des gains ; elle est d'abord fondée sur des objectifs sociaux, essentiellement l'entraide. Différents repères participent à cet énoncé. Le nom officiel des groupements, souvent signifié en mooré, évoque très souvent le nom de Dieu : « Regarde Dieu » (*Gueswendé*), « Demander à dieu » (*Nasbonswendé*), « Ne pas désapprouver Dieu » (*Rasambswendé*), « Volonté de Dieu » (*Wend yaam*). Il évoque aussi des relations sociales : « S'entraider » (*Song taaba*), « Amour » (*Nong taaba*). Les femmes parlant des objectifs de leurs activités insistent sur les notions d'entraide et de convivialité : lutte contre la solitude, épanouissement, développement de nouvelles solidarités (autres que lignagères), aide aux femmes défavorisées, aux veuves, se retrouver entre amies, se rencontrer, etc. Les initiatives dans le groupement ne constituent donc pas uniquement des activités productives rémunératrices. Les femmes participent ainsi à des activités d'alphabétisation, des causeries sur l'hygiène, la santé ou la planification familiale. Même si l'objectif des groupements est, bien entendu, d'améliorer les conditions de vie économiques des femmes, en générant des revenus, en leur facilitant l'accès à des crédits, il est aussi étroitement associé à des objectifs non-économiques et n'est pas porté par une règle de « profit maximum ». Le « désintéressement », défini comme « le refus d'adopter la règle de profit maximum » ou le refus de « considérer le profit comme mobile déterminant des actes professionnels » (Karpik, 1989) s'oppose ici à la notion de « gestion de portefeuille » des préparatrices-vendeuses des marchés.

Ethique de l'égalité et de l'équité

Officiellement reconnus par l'Etat, dotés de statuts, les groupements féminins sont fondés sur des principes civiques, où les relations de solidarité ou d'entraide font plus référence à une éthique de l'égalité et de l'équité qu'à des hiérarchies lignagères ou générationnelles. A l'inverse de certaines formes d'entraides « verticales » (Vuarin, 1994) telles les *soasoaga* ou *ko-taaba*⁵⁷ (en société mossi), structurées par des rapports hiérarchiques entre cadettes et aînées, les groupements urbains présentent des formes d'entraide plus « horizontales » (*idem*), qui s'éloignent des liens de parenté ou d'âge. Cette « formule associative permet de faire face à une nouvelle conjoncture socio-économique » (Champagne, 1990), où, « dans les centres urbains, les liens qu'imposent les systèmes de parenté ne peuvent assurer la cohésion qu'ils maintiennent dans les sociétés coutumières » (Balandier, 1955). L'entrée dans un groupement féminin urbain, qui constitue une adhésion volontaire, est davantage conditionnée par la motivation et la sociabilité des individus. Cette éthique de l'égalité n'interdit cependant pas l'émergence de rôles hiérarchisés. Certaines responsabilités sont ainsi attribuées et qualifiées par un titre de « présidente », de « trésorière », etc. Mais les membres du « bureau » sont nommés sur un principe électif et non de séniorité. Ils sont, en principe, élus pour leurs qualités personnelles, leurs compétences, et leur personnalité. Enfin, les gains de production sont

57. *Soasoaga* : invitation au travail – *ko-taaba* : entraide de culture. In Ouédraogo R. et Zongo N., 1983. Les formes traditionnelles de solidarité en Haute Volta. Archives de sciences sociales de la coopération et du développement, 65, p. 130-136. Cité par S. Champagne, 1990.

répartis de façon équitable entre les membres qui ont participé à la production. Ces éléments indiquent l'existence de règles civiques qui prévalent dans l'organisation de la production, et se reflètent dans la situation d'échange avec l'acheteur.

Nouvelles ressources dans les systèmes de production

L'analyse des systèmes de production mis en œuvre dans ces groupements est révélatrice des « compromis » qui y sont réalisés, entre des ressources de différente « nature » (Boltanski et Thévenot, 1991). L'utilisation d'outils et de matières premières, la mise en œuvre des techniques sont encore pour partie revendiquées par les productrices (et réellement observées) comme des objets et processus « traditionnels ». Cela dit, les innovations réalisées sont aussi remarquables. Les paniers de fermentation en feuilles de raisin sauvage sont remplacés par des sacs en nylon, le sable n'est plus utilisé lors du pilage : « *maintenant on trempe avant de faire bouillir* ». Certaines opérations techniques peuvent être mécanisées, du fait de l'introduction de nouveaux équipements : séchoirs solaires, torrificateurs, moulins, foyers, presses à karité, etc. Enfin, diverses formations parallèles sont données : enseignement de technologies nouvelles, gestion, comptabilité, marketing et notions de « pratiques d'hygiène ».

L'agencement de ressources de différentes natures permet d'établir une confiance des consommateurs sur les spécificités « traditionnelles » du produit (par le maintien de ressources domestiques), tout en s'adaptant aux conditions de l'échange et à l'évolution des exigences des consommateurs urbains (notamment les exigences hygiéniques).

Des formations composites

Le groupement est un lieu de formation composite : des formations parallèles dites « nouvelles » (en comptabilité, gestion des équipements, hygiène, etc.) et des formations « techniques » autour des procédés de transformation des produits. Dans le premier cas, les intervenants sont externes et issus le plus souvent de la fonction publique. Dans le deuxième cas, la formation est assurée, dans le groupement même, par « les femmes qui savent ». Sur ce dernier point, nous pouvons souligner la particularité des modes de transmission par rapport à ceux dits « classiques » ou mère-fille⁵⁸. La transmission des savoirs résulte ici d'une relation volontaire, et l'apprentie est le plus souvent adulte. De plus, « les femmes qui savent » ne sont pas forcément les plus âgées. Une femme peut alors transmettre son savoir en dehors de règles hiérarchiques de type domestique (ce qui est avancé comme un critère appréciable). Enfin, la relation n'est pas purement unilatérale, du maître à l'apprentie : chaque femme arrive avec certaines connaissances et certains savoir-faire, et, même s'ils sont incomplets, peut les faire partager : « *on fait une synthèse de nos connaissances* ». Chacune peut alors s'investir, innover, apprendre aux autres ou apporter « *un petit quelque chose* ». Par opposition, les modes de transmission « classiques » sont perçus comme plus rigides : « *les vieilles veulent t'apprendre toute leur connaissance* », il faut acquérir une série de gestes et de comportements. Le fait même de s'engager dans des formations nouvelles, de faire appel à des intervenants extérieurs indique bien une attente de savoirs formalisés, rationnels. Le cas d'un stage au Bénin l'illustre. Lors de ce stage dont l'objectif n'était pas d'enseigner un processus complet de production, mais d'apprendre à « l'enrichir » par l'adjonction de deux produits supplémentaires⁵⁹, les femmes formées ont apprécié une certaine rationalisation du savoir : « *on t'explique pourquoi il faut faire comme ça* », tout en opposant ce mode de transmission à celui classique, où « *on ne te dit pas pourquoi il faut avoir tel geste* ». Ce dernier point soulève une question importante, autour du lien entre un type de savoir et la nature des « institutions » ou des « objets » qui

58. Ces résultats résultent des travaux de thèse au Burkina Faso et d'une enquête menée au Bénin avec les chercheurs de la Fsa (Faculté des Sciences Agronomiques) dans le cadre du projet Alisa (enquête menée avec Joseph Hounhouigan et Noël Akissoé).

59. Il s'agissait de la production de *gari* (semoule de manioc) « enrichi » au soja et à l'huile de palme. Le procédé de transformation est complexe : le manioc est lavé, pesé, épluché, lavé, râpé. La pâte de manioc est mélangée au soja cuit et moulu et à l'huile de palme. Le tout repose dans un sac pendant 20 à 24 heures. La pâte est pressée, émiettée, cuite (roulage à la main) et tamisée.

permettent sa diffusion⁶⁰. Que peut-on (et ne peut-on, ou mal) enseigner dans un groupement féminin et selon la durée prévue (1 semaine, 1 an ?), dans une relation dite d'imprégnation avec les mères, à une voisine, par le biais d'un livre de recettes, etc. ?⁶¹

Perception des groupements par les consommateurs

Les consommateurs urbains perçoivent de façon très positive la qualité des produits transformés dans les groupements féminins ; ils ont confiance, et s'en remettent aux savoir-faire des préparatrices. Le dispositif de l'échange et celui de la production l'expliquent en partie.

Dans l'échange, les consommateurs sont directement en contact avec la productrice ayant intégré les fonctions de production et de commercialisation. La transaction peut se dérouler sur le lieu même de production, enfin les relations sont personnalisées, et l'on retiendra les stratégies déployées par les productrices, autour de la fidélisation.

Les consommateurs perçoivent d'autre part certaines règles du dispositif de production (tableau II). Certains mécanismes sanctionnent en effet les membres des groupements : en interne, un « autocontrôle » de chacun des membres du groupement, en externe, des agents de la fonction publique. La réputation même du groupement est un élément de sanction par la clientèle. Ce dernier mécanisme agit notamment parce que le groupement est attaché à un lieu fixe de production, et qu'ainsi, l'information sur les conditions de production ne peut être détournée en rendant obscure ou en voilant l'origine du produit.

En dehors de ces mécanismes de sanction, la logique d'égalité et d'entraide qui légitime et motive le groupement, est perçue par les clientes comme un gage de qualité : le profit n'est pas immédiat et suit l'effort (le « *courage* »), l'activité des femmes n'est pas exclusivement centrée sur un commerce ou une production marchande ; elle insiste sur « *l'accueil* », le développement personnel. De plus, les groupements sont financièrement « *aidés* » (en équipements, fonds de roulements initiaux, subventions, etc.), ils ont ainsi moins de contraintes économiques à même d'influencer leurs choix techniques. La production apparaît alors d'autant plus tournée vers la recherche de qualité, une « *conscience professionnelle* ». Enfin, le groupement est réellement perçu comme un lieu de formation permanente qui renforce la compétence de l'offreur.

La confiance des consommateurs porte sur le respect par les productrices des règles de fabrication face aux contraintes économiques (respect du temps de cuisson ou de fermentation, transformation naturelle sans composants accélérateurs), et des savoir-faire activés dans le groupement, tant autour des procédés techniques que des pratiques d'hygiène. Cette confiance dans une qualité hygiénique résulte en partie du « dépassement » observé des formes domestiques pour intégrer des formes civiques-industrielles : suivi, contrôle et formation par des institutions publiques⁶², des Ong ou des représentants de la coopération, modification (innovations) des chaînes opératoires pour supprimer l'adjonction de sable, introduction de séchoirs solaires, etc. Elle résulte finalement de l'agencement réalisé dans le groupement entre des ressources de différentes natures : « *Dans les groupements, on fait comme au village, à la manière traditionnelle, mais dans des conditions d'hygiène* » (agent du Ministère de l'action sociale, responsable des groupements féminins).

60. Cette question est abordée par P. Maïzi (1999).

61. Dans l'exemple exposé, certaines femmes précisent qu'en une semaine elles ont pu apprendre à *enrichir* le procédé de fabrication du *gari*, mais qu'elles n'auraient pu, dans ce laps de temps, apprendre à *fabriquer* du *gari*. Elles avaient déjà au départ des acquis techniques (dans ce cas présent, liés à une transmission mère-fille).

62. Les agents des services publics véhiculent une représentation de la qualité portée sur les facettes hygiéniques et sanitaires et sur le respect de l'environnement. Cette représentation est en partie liée à leurs compétences (vétérinaires, biologistes, etc.) et à leur mandat (compromis civique-industriel).

Tableau II : Perception de la qualité par la clientèle des groupements de production de soubala à Ouagadougou (essentiellement des fonctionnaires ou salariées).

| Éléments qui garantissent la qualité | Discours de la clientèle (exemples) |
|--|---|
| « Autocontrôle » par les membres du groupe | « Je trouve les femmes des groupements plus propres que celles qui font dans n'importe quelles conditions, alors que, dans le groupement, on tient compte du regard des autres », « elles travaillent chacune sous les yeux des autres ». |
| Réputation à maintenir vis-à-vis d'une clientèle | « Elles ont une clientèle à conserver », « la renommée du groupement à conserver », « il faut que ces femmes gardent la clientèle qui leur fait confiance, sinon elle repartira vers d'autres horizons », « les clients risquent de venir les surprendre ». |
| Suivi par des agents externes | « Les activités sont suivies par l'action sociale. Donc, pour continuer à bénéficier de cet appui, elles sont obligées de suivre les meilleures normes de préparation ». |
| Intérêt « détaché » par rapport au gain | « Celles qui n'ont pas le courage sont parties, parce qu'elles ne s'épanouissaient pas, puisqu'on ne peut pas avoir un bénéfice immédiat ». |
| Lieu de formation composite | « Chacune donne le meilleur d'elle-même et partage son expérience avec les autres », « dans les groupements, les femmes sont formées pour ça, elles reçoivent une formation ». |
| Qualité des personnes : personnelles et professionnelles | « Elles sont courageuses », « sérieuses, dynamiques », « gentilles, accueillantes », « elles axent leurs activités sur la qualité », elles sont une « conscience professionnelle ». |
| Moyens financiers (facilité de crédits, dons, subventions) | « Elles sont appuyées par des structures et ont les moyens (eau courante, technologies) ». |

La formation des artisanes

Sans faire une apologie du modèle des groupements féminins, qui présente un certain nombre de contraintes, et notamment de viabilité économique sur le long terme (beaucoup de groupements sont en difficultés financières et cessent leurs activités), nous pouvons en souligner certains traits positifs.

Les groupements féminins apparaissent comme une nouvelle forme institutionnelle permettant, en milieu urbain, une diffusion renouvelée des savoir-faire reconnus par les consommateurs. Ils constituent des regroupements de « professionnelles » dont la formation est un enjeu important.

Le développement de systèmes de formation adaptés et reconnus, de plus large envergure, ouverts à une grande partie des opérateurs pourrait donc à long terme rétablir une compétence qui soit reconnue par les consommateurs. Tout en réhabilitant les formes domestiques de la préparation, la structure de formation permettrait de les dépasser, en intégrant d'autres apprentissages (pratiques d'hygiène adaptées à la demande, innovations-procédés, formes de gestion). La formation a par ailleurs l'avantage de permettre une entrée des femmes dans l'activité assez rapide et répond en ce sens aux contraintes économiques et aux exigences des opératrices urbaines. La transmission culinaire par imprégnation semble dans un contexte urbain devoir être dépassée par d'autres formes institutionnelles, qui incluent notamment un apprentissage « professionnel » : « la formation par l'enfance, tout le monde l'a, mais elle est insuffisante, il faut la perfectionner, et il faut obligatoirement une professionnelle en art culinaire ». Dans le cas de « l'apprentissage des plats traditionnels » en milieu urbain, 40 % des consommatrices considèrent la formation « par une artisane professionnelle » comme adaptée, 29 % seulement citent la formation « depuis l'enfance par la mère » (tableau III). Quelle que soit la structure créée, la formation peut aussi être une condition d'accès à un certificat spécifique. Un groupement qui forme sur demande des femmes d'autres groupements, délivre,

à l'issue de la formation, une autorisation de commercialiser les produits sous le nom du groupement formateur (sorte de label non-enregistré officiellement, que se partagent des opérateurs, ayant en commun des savoir-faire ainsi « normalisés »).

Tableau III : Formation adaptée aux préparatrices selon les ménagères. *Pour la préparation-vente de plats traditionnels, quelle formation devraient avoir les préparatrices-vendeuses ?* (question fermée, 1 seule réponse).

| | |
|---|------|
| Formation auprès d'une artisane professionnelle qui initie la fille | 39 % |
| Formation depuis l'enfance par la maman | 29 % |
| Formation dans une école spécialisée | 24 % |
| Autre | 3 % |
| La formation n'est pas nécessaire | 5 % |

Source : nos enquêtes, 1996. (n=125 ménages).

Conclusion

Les études ainsi présentées mettent ainsi en évidence les tensions sur la qualité entre l'offre et la demande de certains produits artisanaux vendus sur des marchés « anonymes », qui s'étendent avec l'urbanisation. Elles posent bien la question, en ville, de la garantie sur la qualité de ces produits, souvent instables et de qualité variable.

La suspicion sur la qualité des produits alimentaires artisanaux (activités décentralisées, non spécialisées et non sélectives) dans des conditions d'échange urbaines contraste avec l'accord sur la qualité réalisé dans le cas d'échanges plus personnalisés (fidélisation), spécialisés et sélectifs (métiers) ou encore supportés par des regroupements de femmes qui investissent dans des ressources nouvelles.

La formation des artisanes est apparue déterminante dans l'évaluation de la qualité. Les groupements féminins s'ouvrent sur différentes formes d'apprentissage et de savoirs qui apparaissent complémentaires. En associant des formes de savoirs « populaires » et « technologiques » (Maïzi, 1999), ils mettent sur le marché des produits qui répondent aux exigences des consommateurs.

Annexe : Estimations relatives des dépenses alimentaires ventilées en produits bruts, artisanaux et industriels, en 1983 à Ouagadougou (en pourcentages).

| Produits | 1983 ^(a) | 1985 ^(b) | Ventilation | | |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------------|---------------------------|
| | | | Brut ^(c) | Artisanat ^(d) | Industriel ^(e) |
| Petit mil | | 7 | 1,8 | 4,2 | 0 |
| Sorgho | 16,2 | 5,3 | 4,8 | -- | 0 |
| Maïs | 5 | 6,6 | 6 | -- | -- |
| Riz | 16 | 18 | 11,2 | 5,2 | -- |
| Blé (pain, pâtes, semoule de blé) | 2,4 | 7,5 | 0 | -- | 6,8 |
| <i>Sous total céréales</i> ⁽¹⁾ | 40 | 44,4 | 23,8 | 9,4 | 6,8 |
| Tubercules, légumineuses | 3,7 | 2 | 3,7 | -- | 0 |
| Viandes | 17 | | | 17 | |
| Poisson | 3 | | | 3 | |
| <i>Sous total produits animaux</i> ⁽²⁾ | 20 | 17 | | 20 | |
| Oléagineux ⁽³⁾ | 5,6 | | | 2,3 | 3 |
| Légumes et feuilles ⁽⁴⁾ | 12,9 | | 7 | 5,9 | |
| Epices ⁽⁵⁾ | 7,6 | | 3,3 | 1 | 3,3 |
| Concentré de tomate | 2 | | | | 2 |
| Autre (soumbala, levure) | 2 | | | 2 | |
| <i>Sous total « sauces »</i> | 30,1 | 24 | 10,3 | 11,2 | 8,3 |
| Autres aliments préparés à l'extérieur | 2 | | | 2 | |
| Sucre | 0,9 | | | | 0,9 |
| Produits laitiers | 1,5 | | | | 1,5 |
| Nescafé | 0,1 | | | | 0,1 |
| Boissons | 0,3 | | | | 0,3 |
| Fruits | 0,6 | | 0,6 | | |
| Divers | 1,1 | | | | |
| <i>Sous total</i> | 6,5 | 13 | 0,6 | 2 | 2,8 |
| Total | 100 | 100 | 38,4 | 42,6 | 17,9 |

Remarque : les résultats de 1985 sont donnés à titre indicatifs. La répartition des dépenses de 1983 est celle utilisée car c'est la plus détaillée (sauf pour le calcul des céréales).

Données d'enquêtes budget consommation

^(a) T. Thiombiano *et al.*, 1984. Enquête réalisée en 1983, pendant un mois, entre l'hivernage et la saison sèche. Etude Cedres-Unrisd. L'enquête porte sur 120 ménages.

^(b) C.L. Delgado *et al.*, 1988. Enquête réalisée entre octobre 1984 et septembre 1985. Etude Cedres-Ifpri. L'enquête porte sur 125 ménages.

Ventilation en brut/artisanal/industriel

^(c) Produits agricoles livrés bruts au consommateur. Inclut le riz décortiqué. Ces produits sont vendus en vrac ou éventuellement conditionnés en sac ou sous plastique.

^(d) Produits alimentaires transformés par le secteur artisanal marchand et vendus au consommateur.

^(e) Produits alimentaires transformés par le secteur industriel et vendus au consommateur (inclut le pain qui appartient plus à un secteur de Pme). Les produits industriels sont : bouillons cubes, concentré de tomate, semoule de blé, lait concentré, nescafé, thé, boissons, pâtes alimentaires, pain, produits laitiers, huile, beurre, sucre.

Calculs ventilés

⁽¹⁾ - Pour le calcul des céréales, c'est la répartition des dépenses de 1985 qui est utilisée, mais ramenée à une dépense céréalière de 40 % comme dans l'enquête 1983 (au lieu de 44 % dans l'enquête 1985).

Dans cette étude, Delgado *et al.* ont inclus les achats de céréales sous forme de plats. La part des dépenses en mil et en riz achetés en plats hors du domicile était de 10 à 46 % selon les revenus pour le riz et de 63 à 81 % pour le mil. Nous avons appliqué un quota de 30 % des dépenses hors domicile en plats pour le riz, et 70 % pour le mil (correspond aux revenus « moyens »), soit 5,2 % et 4,2 % de la dépense alimentaire totale pour le riz et le mil sous forme de plats (secteur artisanal).

- Sorgho : ne sont pas comptés dans le secteur artisanal les grains transformés en *dolo* (faute d'informations).

- Sorgho, maïs, blé, tubercules, légumineuses : ne sont pas comptés dans le secteur artisanal les produits préparés et vendus sous forme de plats dans le secteur artisanal.

- Maïs : ne sont pas comptés les produits transformés par les secteurs artisanal et industriel (ex : farines, grits) : estimés dans toutes les études très faibles (voir Cheyns et Bricas, à paraître). Dans nos enquêtes ménages, les achats de farines de maïs ne représentaient (en valeur) en 1994 que 7 % des achats totaux de maïs (par contre, en 1994, les achats de maïs représentaient 30 % de la dépense céréalière, ce qui constitue une considérable évolution. Cheyns, 1996).

Rq : L'essentiel du maïs brut est transformé dans des moulins de quartiers artisanaux en prestation de service.

⁽²⁾ Viande : l'essentiel transite par un secteur de boucherie artisanale.

Poisson : essentiellement acheté sous forme transformée artisanale (séché / fumé).

⁽³⁾ Oléagineux : huile importée, pâte d'arachide artisanale, beurre de karité artisanal, beurre industriel.

⁽⁴⁾ Légumes frais : tomates, oignons, choux, kumbas, gombo, aubergines, carottes, concombres, courge, courgettes, etc. Feuilles : feuilles d'oseille, de haricot, d'épinard, de baobab, boulvaka, kinebdo, voaga, etc.

Les feuilles séchées sont comptées dans l'artisanat.

⁽⁵⁾ Epices : ail, curry, féfé, laurier, persil, piment, poivre, potasse, sel, bouillons cubes (industriel).

Le rôle des institutions professionnelles dans la production et la garantie de la qualité des produits⁶³

Emmanuelle CHEYNS, Cirad

L'artisanat alimentaire urbain en Afrique doit fournir aux consommateurs des produits de qualité. Cela pose deux questions : qu'est-ce que la qualité pour le consommateur (quels sont ses critères de qualité, comment définit-il la qualité ?) et comment produire et garantir une qualité du produit au consommateur ?

Nous verrons à partir d'études de cas que certaines formes d'organisation de l'artisanat, notamment les organisations professionnelles, sont efficaces pour produire et garantir cette qualité, qui résulte d'une construction entre l'offre et la demande.

Les résultats obtenus sont issus d'entretiens qualitatifs, de causeries et d'enquêtes quantitatives sur un large échantillon, auprès des consommateurs, des distributeurs et des producteurs dans les filières céréales, viande et soubala.

Hétérogénéité et incertitude sur la qualité pour le consommateur

L'utilisation du concept de qualité renvoie, dans un certain nombre de domaines, à des spécifications ou à des critères normatifs. En management de la production ou en technologie alimentaire, la qualité est décrite en spécifications techniques, ces spécifications étant mesurables. On peut ainsi mesurer le taux de brisures du riz, le degré de présence de germes pathogènes dans les aliments, le temps de cuisson d'un produit, le taux de protéines animales, etc. La normalisation des produits et la réglementation publique sanitaire s'appuient sur ces critères techniques : un produit est considéré « sain » selon des critères bien définis, le lait ne doit pas comporter plus de « tant » d'eau, etc. Les dispositifs de certification de la qualité, ou encore les « certifications de conformité » sont des mécanismes qui attestent qu'un produit est conforme à des normes ou à un cahier des charges, c'est-à-dire à des caractéristiques spécifiques ou à des règles de production préalablement fixées. La qualité du produit reflète alors dans tous ces cas une conformité par rapport à des spécifications techniques.

Qu'en pense le consommateur ? Ces spécifications techniques correspondent-elles à la définition de la qualité d'un produit pour le consommateur ? Et ensuite, ces spécifications sont-elles toujours mesurables, identifiables par le consommateur ? Par exemple, est-ce que tous les consommateurs se soucient de connaître le taux de brisure d'un riz et ont-ils les moyens de le connaître ? Quelle est l'information que le consommateur recherche pour identifier la qualité (la composition biochimique, le degré de séchage, les caractéristiques gustatives...) et sous quelle forme attend-il cette information (une étiquette, un logo, une certification par un organisme tiers et quel type d'organisme, une information donnée par le vendeur lui-même ou par le producteur, etc.) ?

63. Une première version de cette contribution (*Construction de la qualité et institutions professionnelles. Application au secteur artisanal alimentaire urbain en Afrique*) a été présentée à l'atelier international sur le développement des petites entreprises agro-alimentaires en Afrique de l'Ouest et du Centre : organisations locales et dispositifs d'appui, Dakar, Sénégal, 30 novembre - 3 décembre 1999, Cta, Cirad, Enda-Graf.

La considération du consommateur pour définir la qualité du produit

Le consommateur est l'utilisateur final d'un produit, il est aussi l'acquéreur, c'est à lui que revient la décision d'achat. On est alors assez vite amené à s'interroger sur ses propres critères de qualification d'un produit.

La qualité des produits peut être décomposée en « caractéristiques » : des caractéristiques hygiéniques, sanitaires, nutritionnelles, de commodité d'usage (facilité ou rapidité de préparation, aptitude à la conservation), organoleptiques (l'odeur, la couleur, la flaveur, etc.), économiques (« divisibilité » du produit), ou « territoriales ».

Sur ce dernier point, l'alimentation des ménages urbains est caractérisée par un maintien relatif (mais non-exclusif) des spécificités territoriales. Par exemple, l'utilisation de l'igname est plus marquée chez les ménages originaires du sud et de l'ouest du Burkina, où l'on consomme plus couramment ce tubercule. Certains plats mossis comme le *nyaõ* ou le *benga* sont plus présents dans la consommation des Mossis. Chez les ménages originaires de l'ouest, la diversité des plats de riz est plus marquée que dans les autres ménages. Certains produits alimentaires cristallisent particulièrement ces spécificités, notamment le *dolo* et le *soumbala*. La spécificité territoriale du *soumbala* explique en partie le fort taux d'approvisionnement au village des ménages ouagalais (54 %). Cela dit, d'autres préoccupations existent quant à la qualité de ce produit, notamment hygiéniques et sanitaires (remises en cause dans le contexte de distribution urbaine) et de réduction de l'odeur de ce produit.

La rapidité et la facilité de préparation des produits sont souvent invoquées dans les projets d'industrialisation des procédés (semoules précuites, etc.) ou de promotion des céréales locales qui demandent du temps pour la préparation (opérations de décortilage, lavage, trempage, mouture, roulage, tamisages, etc.). Des femmes qui exercent des activités à l'extérieur n'ont plus autant de temps à accorder à ces activités. Elles peuvent alors avoir recours à l'emploi d'aides-ménagères, l'utilisation d'ateliers de transformation en prestation de services (moulins) ou l'achat de produits transformés (farines ou brisures, plats préparés). Toutefois ces recours restent sélectifs : ils ne concernent que des opérations bien particulières. Le recours aux aides-ménagères est particulièrement fréquent pour les étapes de décortilage et de mouture ; il l'est par contre beaucoup moins pour les étapes de roulage et la réalisation de certains plats pour lesquels la qualité requiert une certaine « technicité » que revendique la ménagère. Certains produits vendus transformés ont peu de succès. L'achat de farines pour la préparation du *tô* est relativement rare, bien qu'elles soient disponibles sur les marchés, en vrac. La plupart des ménagères s'approvisionnent en grains et font réaliser le décortilage et la mouture au moulin de quartier ; elles peuvent ainsi en maîtriser la qualité. La recherche de produits plus rapides ou plus faciles à préparer se heurte parfois, pour la ménagère, à un souci de maîtrise de la qualité et à une volonté d'exprimer ses compétences culinaires. Cela dit, les savoir-faire évoluant, certaines ménagères sont confrontées à des difficultés pour préparer certains plats, par exemple les couscous de fonio et de petit mil (opérations longues et nécessitant un savoir-faire). L'évolution des savoir-faire des ménagères conduit alors à prendre en considération la commodité d'usage des produits.

La perception des caractéristiques des produits par les consommateurs doit être insérée dans un ensemble plus vaste : les styles alimentaires (Bricas, 1998). Le maïs est, à Ouagadougou, largement utilisé pour la préparation du *tô*, il s'est substitué en grande partie au mil et au sorgho, pour plusieurs raisons parmi lesquelles sa couleur (plus blanche, plus présentable), mais aussi sa capacité à se conserver (pour être réchauffé à un deuxième repas). Cette caractéristique du maïs (capacité à produire un *tô* qui se conserve plus longtemps) est pertinente pour les ménages qui veulent pouvoir conserver le *tô*. De même, les ménages, qui, pour des raisons d'organisation et de sécurité préfèrent disposer d'un stock de maïs à domicile pour le mois, sont conduits à acheter du maïs grain, et non de la farine, qui ne se conserve que quelques jours. Le consommateur est finalement aussi un « usager ». La définition des

caractéristiques pertinentes est liée aux situations d'usage, et notamment au choix du plat. Dans les grands ménages, la viande est utilisée dans les sauces et découpée en morceaux. La qualité de la viande est perçue à travers son pouvoir de diffusion du « jus de la viande » dans la sauce, permettant un partage pour un grand nombre de convives : partage des caractéristiques gustatives (diffusion du goût de viande dans la sauce) et partage des caractéristiques nutritives. Cela conduit à préférer une viande fraîche, c'est-à-dire une viande du jour (consommée après abattage) qui contient encore beaucoup d'éléments liquides tels que le sang. Dans les petits ménages ou pour un nombre de convives limité, la viande peut être consommée en tant que plat : filet, steak, etc. Elle n'est alors plus un condiment de sauce, sa consommation s'individualise, d'autres caractéristiques sont reconnues, notamment la tendreté (qui s'acquiert par un temps de maturation).

Les consommateurs sont souvent amenés à réaliser des arbitrages sur les caractéristiques. Par exemple, le riz « national » (cultivé au Burkina) est souvent préféré au riz importé pour ses caractéristiques gustatives. Mais le riz importé à l'avantage d'être « plus économique » car il gonfle plus que le riz national, et il est plus facile à préparer. Le choix entre ces deux riz nécessite un arbitrage entre des caractéristiques gustatives et une capacité de gonflement du riz. De même, le petit mil est considéré par les consommateurs comme « plus nutritif » que le maïs. Il est pourtant remplacé à Ouagadougou par le maïs pour la préparation du tô. D'autres caractéristiques propres au maïs sont à l'origine de ce choix (plus facile à préparer, se conserve plus longtemps, plus présentable).

Le soubala-cube, qui a été mis au point par le Cnrst, apporte des caractéristiques perçues par les consommateurs qui sont son caractère sain et hygiénique, sa présentation « attirante », sa conservation plus facile et la réduction de l'odeur. Cela dit, ce produit se distingue du soubala dit « traditionnel » avec ses spécificités territoriales. Les consommateurs pour qui les caractéristiques territoriales sont importantes craignent que le goût de ce nouveau soubala soit « dénaturé ». Mais pour les ménagères qui s'approvisionnent sur les marchés urbains et qui recherchent surtout un produit sain, ce produit est de meilleure qualité. Cela dit, une même ménagère peut préférer utiliser du soubala-cube pour une sauce de riz, et du soubala traditionnel pour du « riz au soubala » : ici encore, les caractéristiques de qualité du produit dépendent de sa situation d'usage.

Tous ces exemples indiquent que la qualité n'est pas une notion objective et universelle, elle n'est pas inscrite dans les biens. Par ailleurs, se pose un second problème, celui de l'identification des caractéristiques de qualité par les consommateurs.

Le problème de l'information sur la qualité du produit

L'identification de la qualité n'est pas toujours une chose aisée pour les consommateurs. L'appréhension du produit par le toucher, l'observation visuelle ou l'odeur du produit ne renseignent pas toujours suffisamment le consommateur sur certaines caractéristiques : le produit est-il bien séché à l'intérieur, est-ce bien du soubala de Bobo, vais-je retrouver du sable dans cette farine à la cuisson, cette viande est-elle saine, etc. ? Un test réalisé auprès de ménagères de Ouagadougou a permis de mettre en évidence l'évolution de l'appréhension d'un produit selon les informations que nous leur fournissions. Nous leur avons présenté une farine de maïs dont elles ignoraient la provenance. Les réactions ont été enthousiastes : « *c'est très bien ça, c'est comme du lait, c'est très fin, c'est bien blanc* ». Ensuite nous leur avons précisé que nous avons acheté cette farine au marché. Les réactions ont été tout aussi tranchées, mais dans un autre sens : « *bon, mais dans ce cas, il faut voir les conditions, comment ça a été séché. En achetant tu ne peux pas savoir, il y a peut-être beaucoup de sable dedans, c'est quand tu vas préparer que tu t'en rendras compte, en mettant la farine dans l'eau* ». La qualité sanitaire des farines de maïs (pour la préparation du tô) vendues au marché

est relativement incertaine : la présence de sable n'est pas directement visible, sauf au moment de la préparation.

L'incertitude sur la qualité des produits se manifeste à différents niveaux : les propriétés physiques des produits, leurs conditions de production et l'identification de leur provenance (origine du produit, producteur, etc.).

L'incertitude sur les caractéristiques physiques porte sur la composition du produit (quels types de graines ont été utilisés, sont-elles mélangées à d'autres produits), sur le degré de séchage du produit, sur son caractère sanitaire (santé) et hygiénique (propre), ses caractéristiques organoleptiques, ses spécificités territoriales, etc.

La qualité des produits alimentaires transformés dépend des matières premières et des conditions de production. L'information fournie à partir des caractéristiques physiques du produit est parfois insuffisante pour définir sa qualité. L'aspect des boules de soubala ne suffit pas toujours à renseigner sur les soins apportés à la fermentation ou au respect des procédés spécifiques à certains territoires : comment le néré a-t-il été décortiqué, dans quelles conditions, etc. B. Sylvander (1992) explique que pour identifier la qualité d'un produit, les consommateurs sont amenés à se représenter les facteurs de production mis en œuvre, soit les pratiques techniques et organisationnelles de l'offreur. Mais, là aussi, ces facteurs ne sont pas toujours identifiables : *« c'est mieux d'acheter le maïs en grain et faire ta farine, c'est plus hygiénique. Quand tu le fais toi-même, tu sais comment c'est fait, alors qu'une farine que tu as trouvée au marché, tu ne peux pas savoir si on l'a étalée sur une natte ou si on l'a séchée par terre, dans la poussière »*.

Enfin, les consommateurs tentent parfois de qualifier le produit en évaluant son origine. L'incertitude s'exprime alors du fait d'une perte de « traçabilité » du produit : l'éloignement du producteur et du consommateur par l'introduction d'intermédiaires revendeurs contribue à perdre la trace de l'origine du produit et de son parcours : *« quand tu demandes au boucher de découper la viande dans la carcasse, tu sais que ça vient de l'abattoir (par le tampon). Mais si tu achètes les tas découpés, tu ne peux plus savoir, parce que dans les tas, les bouchers peuvent mélanger les viandes »*.

Ces quelques exemples mettent en évidence la nécessité pour le consommateur d'acquérir un certain nombre d'informations pour qualifier le produit : quelles sont ses caractéristiques physiques, comment a-t-il été produit, par qui, dans quelles conditions, etc. ?

Ce problème de l'information se présente sous deux angles : (1) le problème d'asymétrie de l'information entre les partenaires de l'échange conjugué au risque d'opportunisme de la part du vendeur (qui tromperait le client) et (2) un problème d'information qui relève des ressources cognitives des acteurs.

Asymétrie d'information, opportunisme, tromperies

Un défaut du marché largement constaté par les consommateurs ou organismes certificateurs et de normalisation concerne les « adjonctions frauduleuses » : ajouts de matières « étrangères » dans les farines, les pâtes, les liquides, etc. vendus en vrac sur les marchés, de façon à augmenter le volume de production, de façon cachée. En vue d'augmenter ses bénéfices, le vendeur peut ainsi être amené à « tromper » son client sur la nature de la marchandise. Ce risque d'opportunisme peut se manifester dès lors « qu'un agent n'est pas incité à respecter ses promesses parce que son comportement n'est pas observable par son partenaire » (Brousseau, 1993). Le vendeur peut aussi tromper son client sur l'origine de sa marchandise, la nature du producteur, les conditions de production, etc. Il dispose d'informations particulières que ne détient pas le client et peut utiliser cette asymétrie pour le tromper.

Face à ce problème, récurrent sur les marchés, le cadre législatif tente de s'interposer pour « assister et protéger le consommateur ». Les autorités mettent en place des systèmes de « surveillance-sanction », tels que le système de contrôle de la qualité des denrées alimentaires. Les règles mises en place ont un caractère préventif (conditions d'hygiène, liste positive d'aliments, etc.) et répressif. Notamment sont sanctionnés de façon pénale les infractions de tromperie et tentatives de tromperies, les infractions de falsification et celles mettant en danger la santé publique (loi sur l'organisation de la concurrence, décret d'application du 13/06/1994, Burkina Faso).

Cela dit, l'application de ces règles de surveillance et de sanction est extrêmement délicate en ce qui concerne les produits vivriers vendus sur les marchés locaux. La multiplicité des acteurs (vendeurs et intermédiaires) et des lieux de vente rend difficilement opératoires ces mesures sur les marchés.

D'autre part, ces mesures concernent uniquement des spécifications techniques normatives (et identiques pour tous les consommateurs). Or, nous avons évoqué la variabilité des caractéristiques de qualité selon les consommateurs et selon leurs pratiques. Ce ne sont pas que la composition du produit et ses spécificités sanitaires qui font l'objet de tromperies. Dans le cas du soubala, les préparatrices-vendeuses sur les marchés urbains sont aussi suspectées de modifier les procédés de transformation en vue de gagner du temps et de l'argent : diminution des temps de cuisson ou de fermentation, lavages rapides et non-soignés, etc. qui permettent de faire des économies de bois et d'eau et de vendre plus rapidement. Ici, la typicité du produit, qui s'établit d'un commun accord entre le producteur et le consommateur, n'est pas réglementée et soumise à une législation particulière.

Comme le souligne une consommatrice urbaine : « *c'est surtout en ville que le problème de qualité se pose : les femmes sont guidées par la recherche de profit, elles ne respectent rien* »⁶⁴.

Compétences et connaissances des acteurs pour qualifier et produire

L'incertitude sur la qualité n'est pas uniquement liée au problème soulevé d'asymétrie de l'information et d'opportunisme. Il est aussi question de la mise en œuvre limitée de ressources cognitives : les compétences du consommateur à qualifier le produit, les compétences du producteur à produire la qualité.

B. Sylvander (1992) souligne que peu d'acteurs sont capables d'avoir une évaluation objective de la qualité des produits et qu'il existe souvent un décalage entre les caractéristiques réelles du produit et les caractéristiques perçues par le consommateur. Ce décalage est à l'origine d'une situation d'incertitude. La multiplicité croissante de l'origine des produits et l'introduction de nouvelles technologies rend plus difficile encore la qualification des produits.

Les compétences des acheteurs (leurs aptitudes ou ressources cognitives), qui ont un caractère limité, sont des éléments majeurs pour la qualification des produits. Les consommatrices qui ont une expérience du procédé domestique de transformation d'un produit ou une connaissance de celui-ci ont des « clés d'accès » particulières pour qualifier le produit. Elles peuvent établir des relations d'inférence entre les caractéristiques physiques qu'elles perçoivent (la couleur, l'odeur, etc.) et le mode de transformation réalisé pour l'obtention du produit « *quand l'odeur du soubala est aigre, cela est lié à une mauvaise fermentation* ». Or, la fermentation est une opération importante quant à l'appréciation gustative du produit final, elle conditionne largement l'arôme et la saveur (Diawara et Sawadogo, 1994).

Les femmes urbaines qui, dans leurs réponses, ont mis en avant une connaissance particulière du procédé de transformation du soubala (25 % de l'échantillon) sont attachées aux

64. Dans cette enquête, 64 % des ménagères interrogées posent le problème de la qualité comme spécifiquement urbain. Pour 90 % d'entre-elles, cela est (en partie) lié à la recherche du profit (entre autres raisons).

spécificités territoriales de ce produit. Insatisfaites de la qualité du produit vendu en ville (notamment du fait de défauts dans les procédés de transformation du produit), elles s'approvisionnent dans leur village d'origine, où les « normes » de production correspondent à leurs exigences.

Cela dit, ces connaissances évoluent. La transformation du soubala en ville est prise en charge par un secteur de production artisanal destiné à la vente. La pratique sortie de l'unité domestique, la connaissance des consommateurs relative aux procédés de transformation évoluent.

Par ailleurs, se sont aussi les compétences du producteur qui peuvent être incomplètes, voire discréditées par le consommateur.

D'une manière générale et pour les produits vivriers transformés, deux types de compétences sont discutés : celles qui permettent de fournir au consommateur un produit propre et sain, celles qui relèvent d'un savoir-faire et conditionnent la qualité (le plus souvent territoriale et organoleptique) du produit. En effet, ces deux problèmes que nous avons soulevés : respect des facteurs de production (temps de cuisson, de fermentation, etc.) et respect des conditions hygiéniques et sanitaires, ne sont pas uniquement liés à un problème d'opportunisme. Ils résultent aussi d'une compétence limitée du producteur (ou perçue comme telle par les consommateurs).

La réaction des ménagères face aux farines vendues sur les marchés et leur suspicion sur la qualité hygiénique et sanitaire ne dénote pas exclusivement d'un comportement opportuniste du vendeur. C'est même surtout un problème de compétence : « *la farine n'est pas protégée, elle est séchée n'importe où, les femmes qui font ces farines ne connaissent pas l'hygiène. L'hygiène fait partie de l'éducation de base de la personne* ».

Le savoir-faire des artisanes est aussi remis en cause. Les modalités d'apprentissage en ville sont modifiées. D'abord les conditions d'entrée dans l'activité sont peu soumises à un apprentissage auprès des « anciennes ». Ensuite, à Ouagadougou, c'est une diversité de savoirs et savoir-faire qui s'affrontent et se rencontrent sur les mêmes marchés. Chaque artisane a ses spécificités de production, encore faut-il qu'elles correspondent au goût des consommateurs. Il s'agit d'arriver à un accord sur les « normes » de qualité. L'évaluation de la qualité du produit nécessite une évaluation des savoirs de l'artisan mais aussi un accord tacite sur les « normes » de production.

En conclusion

Ces exemples ont montré que la qualité n'est pas inscrite dans les biens. Les préférences des consommateurs ne sont pas universelles. La pertinence des caractéristiques de qualité est intimement liée aux situations d'usage et aux pratiques alimentaires. Enfin, l'identification des caractéristiques de qualité est liée aux ressources cognitives des acteurs, producteurs et acheteurs. Ainsi, plutôt que de parler de qualité, on peut parler de construction de la qualité.

Ces considérations débouchent aussi sur des orientations méthodologiques, tant pour le chercheur que pour l'entrepreneur ou le groupe d'opérateurs économiques.

En effet, deux questions peuvent être posées pour comprendre comment se construit la qualité : qu'est-ce que la qualité du produit pour le consommateur et comment les consommateurs identifient la qualité ?

La première question renvoie à une analyse des caractéristiques de qualité recherchées par les consommateurs, en considérant que ces caractéristiques sont hétérogènes selon les consommateurs et selon leurs pratiques alimentaires. La deuxième question découle du problème d'information sur la qualité du produit pour les consommateurs : en situation

d'incertitude, quels sont les « signes » ou les repères sur lesquels s'appuient les acteurs pour qualifier tel ou tel produit ?

La « mise à l'épreuve » de l'offreur et des institutions

Pour identifier la qualité des produits, les consommateurs ont recours à deux types de procédures : des procédures de qualification sensorielles et des procédures de qualification indirectes (Bricas et Cheyns, 1995). Dans ce deuxième cas, les consommateurs s'appuient sur des repères autres que les propriétés intrinsèques du produit. Ces repères sont largement produits par l'organisation de l'offre.

La qualité est construite dans une dynamique de coordination des partenaires d'une transaction et le jugement de la qualité sur un bien passe par le jugement porté sur l'entreprise, son organisation et ses compétences, soit une « mise à l'épreuve » de l'offreur (Eymard-Duvernay, 1994).

Les procédures de qualification

Dans un contexte d'incertitude, l'identification de la qualité est assurée par deux types de procédures :

- « l'expertise » sensorielle par le consommateur au moment de l'achat : l'observation, le toucher, l'odorat ou tout type d'engagement du corps dans la qualification sont des processus de qualification ; on peut les situer dans un « régime d'emprise » où l'acheteur effectue des « prises » sur l'objet (Bessy et Chateauraynaud, 1993) ou encore dans un « régime de familiarité » qui suppose de « traiter du contact avec les choses par le canal de divers sens » (Thévenot, 1986) ;
- l'utilisation de repères extérieurs ou de signes de qualité, qui ne font pas partie intégrante des propriétés physiques du produit.

La qualification sensorielle

La qualification sensorielle met en œuvre une compétence de l'acheteur basée sur un apprentissage ou l'expérience.

Les acheteurs établissent des prises sur les produits alimentaires : ils touchent, sentent, regardent, portent un « coup d'œil », goûtent, « cassent » le produit, dispersent les tas, etc. Ces prises permettent d'évaluer les facteurs de production engagés et ainsi les attributs du produit. En évaluant certaines caractéristiques par les sens : le degré de séchage, la texture, l'apparence, l'odeur, etc., les consommateurs en déduisent des facteurs de production qui conditionnent la qualité (type de conservation, type de sol de production des légumes, réalisation d'un lavage ou non, etc.), et en déduisent d'autres propriétés non visibles du produit. Par exemple, « *l'orange un peu plus molle a du jus, si le poisson est bien séché, les vers seront absents* », etc.

Les repères ou signes de qualité

Le deuxième type de procédure ne mobilise pas de compétences pour évaluer directement les caractéristiques physiques du produit, mais s'appuie sur des « repères » parce qu'ils apparaissent crédibles. Ces repères peuvent prendre différentes formes :

- des normes, des mesures techniques, des standards, etc. ;
- des repères publics liés à la réglementation collective et aux contrôles officiels ;
- la réputation apportée par l'opinion générale ;
- le prix du produit, vu comme un étalon de la qualité du produit ;
- la confiance personnifiée, confiance dans une personne, dans une « maison », produite par un rapport de proximité spatiale ou temporelle et de familiarité entre les personnes.

Ces repères sont mobilisés pour « objectiver » les caractéristiques du produit.

Les repères utilisés et les modes sensoriels de qualification peuvent s'agencer différemment selon les situations, selon les consommateurs, selon les produits.

Ils peuvent être liés au caractère de stabilité et de standardisation du produit : les produits stabilisés (séchés, non dégradables) ou standardisés (tels que le bouillon-cube par exemple) ne font pas appel aux mêmes procédures de qualification que les produits dégradables ou que les produits caractérisés par une grande variabilité en fonction du producteur (tel que le soumbala ou les plats locaux préparés). Dans ce dernier cas, l'évaluation des compétences (savoir-faire, « tour de main », outils de production) de l'offreur est importante pour le consommateur. Cette évaluation nécessite le plus souvent une proximité forte entre le vendeur et son client : engagement dans une relation de fidélisation, contrôle des activités de production par un groupe social, identification de l'origine géo-culturelle et âge de l'offreur, etc.

L'organisation de l'offre pour produire et garantir la qualité

Filières longues et produits standardisés

Les « filières longues » désignent pour un produit alimentaire une succession de transactions par des intermédiaires qui séparent le producteur du client. Dans ces cas, la confiance liée à une proximité forte entre le vendeur et le client peut difficilement se construire. Des repères tels que l'étiquetage sur le produit de la composition alimentaire, d'une marque, d'une certification (sur l'origine ou sur les facteurs de production), etc. peuvent constituer des éléments d'information sur la qualité du produit pour les acheteurs. Ce type de repérage « formalisé » apparaît particulièrement adapté pour des produits « standards » et « scellés » (par un emballage par exemple). Cela dit, quand la qualité d'un produit est liée à des savoir-faire artisanaux spécifiques, des compétences de l'offreur très variables d'un producteur à l'autre, etc., une forte variabilité du produit d'un moment à l'autre et d'un vendeur à l'autre, la normalisation de l'information apparaît moins probante.

D'autre part, ces informations formalisées ne se suffisent généralement pas à elles seules. Elles ont besoin d'être supportées par une « institution ». Nous prendrons deux exemples.

Le premier cas concerne l'information sur l'état sanitaire des viandes qui est apportée par un simple signe sur la viande : le « tampon » de l'abattoir. Toutes les bêtes qui transitent par le circuit légal de commercialisation sont diagnostiquées à l'abattoir par des personnes habilitées que sont les infirmiers-vétérinaires. Si la viande est saine, elle est « certifiée » par un tampon apposé à différents endroits de la carcasse. Au marché, les clientes disposent ainsi d'une information sur l'état sanitaire. Si le cachet du tampon est présent sur les carcasses d'un étal, la cliente est informée que la viande ne présente pas de risque pour la santé du consommateur. Cela dit, le cachet du tampon n'est pas un signe de qualité qui se suffit à lui-même en tant qu'objet isolé. Il est reconnu et rendu crédible dans certains lieux de vente tels que l'abattoir, les supermarchés, le grand marché et quelques marchés de secteur. Il est par contre complètement décrédibilisé dans certains lieux et circuits de vente : les vendeurs ambulants, certains marchés de quartiers périphériques, les « petits endroits » où la viande est vendue de façon informelle (vente au carrefour le soir, etc.). Vis-à-vis de ces vendeurs, les ménagères suspectent soit l'utilisation de « faux tampons », soit le mélange de viandes en provenance de l'abattoir avec des viandes « clandestines » dans les mêmes étals ou tas découpés. En fait, le cachet de l'abattoir, pour être crédible, doit être inséré dans un ensemble plus complexe qui le rend probant. La vente ambulante ou la vente dans certains marchés périphériques échappe aux contrôles que peuvent réaliser les services de l'hygiène (suivis de saisie de la viande et de verbalisation) ou la profession elle-même. Les vendeurs ambulants n'ont pas de place fixe pour la vente, ils sont difficilement localisables. Dans certains marchés périphériques, les contrôles



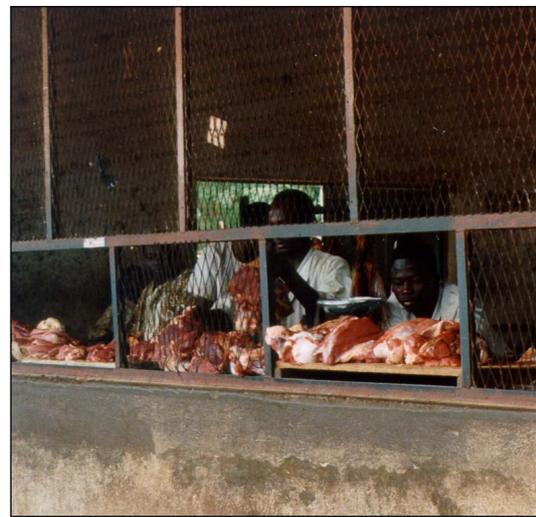
E. Cheyns

Photo 9. Vente de viande prédécoupée sous forme de tas au Grand marché de Ouagadougou.



E. Cheyns

Photo 10. Vente de viande et présentation des carcasses avec le tampon de l'abattoir, certifiant la provenance et le contrôle de la viande (Grand marché).



E. Cheyns

Photo 11. Vente de viande au marché de Gounghin.



E. Cheyns

Photo 12. Vente de viande et de charcuterie dans un magasin d'alimentation ("superette").

sont difficiles, moins réguliers et souvent peu suivis d'effets. Inversement, des lieux de vente tels que le grand marché central de Ouagadougou sont plus largement suivis par les autorités et instances publiques, sont largement fournis en viande par des bouchers-abattants qui ont leur carte d'abattant et qui font pression sur les bouchers qui ne s'inscrivent pas dans un circuit officiel, enfin la clientèle de ces marchés exerce une certaine pression pour que les conditions sanitaires soient respectées. Ainsi, le signe de qualité sanitaire qu'est le cachet de l'abattoir est supporté par un ensemble d'objet, de personnes et d'institutions : service d'hygiène, contrôles, réglementation, verbalisation, bureau des bouchers (officiels, cartes de profession, type de clientèle, abattoir, vétérinaires, etc.)

Le deuxième cas a trait à l'utilisation des marques, des logos ou des signes standardisés qui permettent d'identifier le producteur ou l'entreprise de production. Au Bénin, une institution de recherche a mis au point un procédé de transformation de l'aklui. Ce produit est ensaché et comporte une étiquette avec diverses informations et un dessin (logo) qui vise à désigner l'entreprise de production, de façon à la distinguer des autres produits et à être rapidement identifiable par le consommateur qui rechercherait ce produit. Quelques mois plus tard, des artisans proposaient un produit similaire, avec... un logo similaire. A quelles institutions recourir pour faire constater la fraude (mais y a-t-il fraude, fallait-il déposer une marque ?) et pour la sanctionner ? Quelle est la force de ce logo en tant que signe distinctif si une institution ne peut vraiment en garantir sa légitimité et sa spécificité, par un système de sanction par exemple ? Dans ce contexte, quel crédit peuvent apporter les consommateurs à ce signe de qualité distinctif ?

Proximité dans la vente et produits « dédiés »

Que dire des produits « dédiés » (Salais, 1994), dont la qualité se négocie au cas par cas entre producteur et acheteur ? Les produits transformés artisanalement sont le plus souvent des produits dédiés : le soumbala, des plats locaux mis en vente, le dolo, certains couscous, etc. Leur qualité est conditionnée par une attention particulière du producteur, ses compétences, sa loyauté (respect des « normes » tacites entre le producteur et son client). Elle se négocie au cas par cas, dans une interaction entre le vendeur et le client qui entretiennent une relation directe et de proximité.

Pour ces produits, quand cette relation directe et de proximité entre le vendeur et l'acheteur n'est pas permise, le problème d'identification de la qualité se pose, et va même au-delà vers une suspicion sur la qualité du produit : « *au marché, on ne sait pas qui est qui, qui fait quoi* ». Les consommateurs perdent la trace des conditions de production et des compétences du producteur. Les produits sont transformés en dehors d'une relation de négociation avec l'acheteur, la production en grande série est dépersonnalisante. Ainsi, « l'effort » (Gomez, 1994) attendu ne peut être négocié entre les partenaires de la transaction, de surcroît il apparaît insuffisamment soumis au contrôle d'un groupe. Ce faible contrôle par un groupe et l'absence de relation de proximité qui permettrait d'établir une confiance et une négociation sur la qualité conduit à une suspicion sur la qualité de ces produits. On voit ici les limites de la rencontre de produits « dédiés » sur des marchés ou dans des transactions « anonymes ».

Ces observations ayant été faites, nous pouvons souligner que des procédures de qualification particulières sont utilisées par les urbains pour pallier ce problème.

Pour leur approvisionnement en soumbala, 54 % des ménages de Ouagadougou s'approvisionnent au village (pour beaucoup cet approvisionnement s'ajoute à des achats du produit à Ouagadougou aussi). Ce choix est justifié par un souci de qualité. Comme les citations de consommatrices exposées ci-dessus le révèlent, le soumbala produit au village est, selon les consommateurs, mieux préparé, plus propre. La préparatrice du village est perçue comme une professionnelle, c'est son métier, elle l'a appris et son savoir-faire est reconnu. Sa qualification professionnelle dépasse le cadre d'une relation bilatérale entre l'acheteur et le

vendeur, elle est contrôlée et reconnue par un groupe social. L'échange est personnifié par une relation de connaissance entre vendeur et acheteur (l'approvisionnement « au village »).

L'âge de la préparatrice est aussi souvent un gage de qualification de la productrice : les ménagères ouagalaises s'approvisionnent par exemple en soubala auprès d'une « vieille du quartier » ou du village. Ces personnes apparaissent garantes d'un savoir construit et transmis de génération en génération et d'une certaine loyauté du fait de la « sagesse de l'âge », un devoir de responsabilité qui éloigne de l'intérêt du gain. L'ancienneté permet une acquisition croissante du savoir et de l'expérience qui amène les anciens à des niveaux de compétence et une maîtrise plus marqués.

Pour des produits marqués par des spécificités territoriales comme le soubala ou de dolo, l'origine géo-culturelle de la productrice est aussi garante de la qualité du produit. L'approvisionnement auprès d'une préparatrice du même village ou de même ethnie garantit une conformité des règles de production en accord avec celles du consommateur. Elle peut aussi garantir 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 ». J.M. Servet (1994) explique qu'au sein de micro-groupes ou entre individus ayant une même appartenance ethnique, en fonction de degrés de proximité ainsi tissés, les risques encourus sont moindres et le degré de confiance d'autant plus élevé.

Enfin, l'engagement dans une relation de fidélisation entre un producteur et un client permet le développement d'une relation de proximité et d'une confiance sur la qualité du produit. La fidélisation et l'ancienneté de la relation (durée de l'engagement) deviennent, dans cette proximité « sociale », les critères qui fondent la confiance. Ce processus apparaît comme une construction. *« Une femme qui vend du soubala de Bobo, c'est sûr qu'elle a du soubala de Ouaga aussi. Mais si elle a toujours la même cliente, elle va lui dire franchement : "ça, ça vient de Bobo, ça, ça vient de Ouaga". Parce qu'elle vient tout le temps la voir, elle est honnête. Mais si c'est quelqu'un d'autre, elle ne va pas faire la distinction. Elle sera capable même de dire que ça c'est du soubala de Bobo (en parlant du soubala mossi). Si l'autre (l'acheteur) ne sait pas faire la différence, bon... »* (consommatrice, Ouagadougou).

Produits artisanaux et institutions professionnelles urbaines

Au-delà d'une confiance dans les personnes, qui s'établit par une relation de proximité, les institutions participent à la construction de la qualité des produits. Certaines de ces institutions sont en mesure de garantir une qualité particulière, sur des produits « dédiés » par exemple, tout en permettant un « échange à distance » (filères longues).

Nous avons vu que la qualité du soubala du village était très liée à une organisation « institutionnelle », de type communautaire, qui, en gérant l'entrée et l'exclusion des productrices sur le marché, et en assurant une transmission des savoirs, garantissait la qualité des produits.

En ville, cette institution perd sa force du fait des conditions de l'échange sur les marchés urbains. Cela dit, nous aborderons à travers deux études de cas l'émergence d'institutions professionnelles en ville qui ont un rôle similaire : les groupements féminins de production de soubala et les bouchers-abattants.

La quasi-totalité des consommatrices interrogées à Ouagadougou estime que les artisanes du marché ou celles qui vendent dans la rue doivent améliorer la qualité de leurs produits (98 % et 94 % respectivement). Ce taux n'est que de 43 % concernant les productrices de groupements féminins : *« Les femmes artisanes qui sont dans les groupements et celles qui vendent à domicile s'entourent de plus d'hygiène que les autres car les femmes des groupements connaissent une certaine organisation qui permet de contrôler la qualité du produit. Et puisqu'elles travaillent chacune sous les yeux des autres, le problème de l'hygiène ne se pose pas tellement. Celles qui vendent à domicile évitent avant tout la poussière et elles ont*

déjà cette confiance en elles-mêmes de pouvoir faire le travail avec un maximum de soins qu'il faut. De toute façon, ces femmes n'ont même pas intérêt à se faire sales ou à tricher car les clients risquent de venir les surprendre ».

Des entretiens menés auprès de femmes fonctionnaires qui s'approvisionnent dans les groupements féminins révèlent une série de facteurs propres au dispositif de production qui explique la « qualité » de ces produits. Certains mécanismes sanctionnent les membres des groupements.

D'autre part, la participation des membres à d'autres activités que productives (logique d'entraide, causeries, etc.) est perçue par les clientes comme un gage de qualité : l'activité des femmes n'est pas exclusivement centrée sur un commerce ou une production marchande. De plus, les groupements sont financièrement « aidés » (en équipements, fonds de roulements initiaux, subventions, etc.), ils ont ainsi moins de contraintes économiques à même d'influencer leurs choix techniques. La production apparaît alors d'autant plus tournée vers la recherche de qualité, une « conscience professionnelle ». Enfin, le groupement est fortement perçu comme un lieu de formation permanente qui renforce la compétence de l'offreur : « Chacune donne le meilleur d'elle-même et partage son expérience avec les autres », « dans les groupements, les femmes sont formées pour ça, elles reçoivent une formation ».

La profession de boucher-abattant est un autre exemple de profession qui résiste aux suspicions sur la qualité, notamment parce la profession régit elle-même les modalités d'entrée et définit des règles internes. Les bouchers-abattants sont ainsi perçus comme des « professionnels » par les clients. Ce métier est à l'origine organisé sous forme de caste : l'entrée dans l'activité est à la base liée à un statut hérité, de père en fils, où seulement certaines familles ont le droit d'exercer (les Nikiéma, les Kayibo, etc.). Il est important de souligner qu'à Ouagadougou les modalités d'accès à l'activité évoluent : la sélection des apprentis n'est plus basée sur l'appartenance au lignage. Cela dit, la profession s'organise autour de règles qui tirent leurs fondements dans cette ancienne organisation. Notamment, elle assure toujours l'apprentissage des nouveaux arrivants.

Nous emprunterons dans la suite du texte aussi certains exemples propres à l'organisation des négociants-grossistes en céréales à Ouagadougou.

Nous présenterons les éléments constitutifs de ces deux types d'institutions et des groupements féminins, leurs fondements et spécificités innovantes.

Communauté civique, éthique et équité

La légitimité de l'activité des femmes dans les groupements n'est pas fondée sur une maximisation des gains, elle est d'abord fondée sur une logique d'entraide (lutte contre la solitude, développement de nouvelles solidarités, etc.).

Les relations de solidarité ou d'entraide sont référencées à une éthique de l'égalité et de l'équité. Cette distance par rapport à une logique purement marchande se constate aussi dans la profession des bouchers et des négociants de céréales. Ces derniers s'en écartent par une référence à la religion (musulmane pour la plupart), à la tradition et à certaines formes de sagesse et d'éducation. Les bouchers justifient leur activité par la connaissance qu'ils en ont mais très rarement par sa rentabilité.

Ainsi, même si ces activités professionnelles permettent d'assurer un revenu, elles ne sont pas portées par une règle de profit maximum. On y décèle un caractère de « désintéressement » (Karpik, 1989).

Cette notion de désintéressement est corrélative à une « qualité technique de l'ouvrage », qui « reflète les qualités morales et professionnelles de l'ouvrier », et « qui subordonne la recherche de l'argent pour l'argent, comprise comme une conduite négative, à un équilibre éthique nécessaire du gain et du labeur » (Ouédraogo, 1994).

Supports de la transmission des savoirs et des innovations

Les développements précédents ont mis en évidence l'importance des compétences et de la formation dans les processus de construction de la qualité des produits artisanaux.

L'apprentissage des artisans n'est plus garanti par un groupe dans certains cas de productions alimentaires urbaines et conduit à une remise en cause de leurs compétences. Inversement, les groupements féminins et l'organisation des bouchers et des céréaliers sont porteurs de processus de formation reconnus par les consommateurs. L'apprentissage d'une technique est fondé sur une formation spécialisée. L'apprentissage du métier de boucher ou de négociant de céréale réside dans une formation par les « anciens » de type « maître-apprenti », qui dure plusieurs années avant que l'apprenti ne puisse prendre son indépendance. Ce type d'apprentissage est garant de la transmission de savoir-faire mais aussi de savoir-être, c'est-à-dire d'une éthique professionnelle. L'apprenti est dans une position de devoir de respect (de l'âge par exemple) et de discipline. Les candidats apprentis sont éprouvés avant d'être élus : les « patrons » testent leur honnêteté, leur capacité à « tenir tête » lors du marchandage, etc. L'apprentissage est ainsi garant d'une transmission de compétences techniques et d'une déontologie. Par ailleurs il constitue un moyen de contrôler l'accès à la profession, qui apparaît comme une organisation relativement « fermée », mais assure une distinction entre les vrais et les faux professionnels.

D'autre part, c'est par le biais de la formation que la profession est capable de s'adapter aux nouvelles données auxquelles elle doit s'ajuster. La formation est « particulièrement mobilisée dans la dynamique de changements, elle constitue un support des changements d'organisation interne » (Letablier, 1992). Le dispositif de production de soubala dans les groupements conserve une chaîne opératoire très proche de celle définie comme « la façon traditionnelle ». La formation est assurée dans le groupement même, par « les femmes qui savent » (et qui ne sont pas forcément ici « les vieilles »), mais aussi de façon interactive : « *chaque femme peut apporter "un petit quelque chose", puis on fait une synthèse de nos connaissances* ». Le regroupement des femmes est ainsi garant d'une transmission de savoir qui s'écarte en partie du cadre « traditionnel » de transmission des aînées aux cadettes et facilite l'innovation. Soulignons que l'innovation est aussi facilitée de façon exogène : diverses formations parallèles sont données : pratiques de technologies nouvelles, gestion, comptabilité, gestion des équipements, etc. L'ensemble de ces ressources à l'avantage de maintenir la production de caractéristiques perçues comme « traditionnelles », mais surtout de s'adapter aux nouvelles exigences des consommateurs (notamment hygiéniques).

La transmission des savoirs chez les bouchers et les négociants est aussi évolutive. La profession est confrontée à certaines évolutions de l'environnement qui l'amènent à prendre en compte de nouveaux paramètres : maîtrise de l'écriture pour répondre aux appels d'offre publics en céréales, compétences en comptabilité pour les négociants qui contractent des crédits ou accroissent la taille de leur entreprise, acquisition de nouvelles technologies (nettoyage des boyaux, rassemblement des cuirs), gestion des stocks pour limiter les pertes, etc. Cela dit ces professions apparaissent critiques vis-à-vis des enseignements très formels (écoles) qui ne permettent pas d'acquérir tout ce que les patrons enseignent à leurs apprentis. Un compromis, porté par la profession, semble émerger : la création d'écoles de boucherie, en alternance avec un apprentissage auprès des anciens, et sur le tas. Ce compromis permettrait de maintenir les formes d'apprentissage actuelles tout en les dépassant : l'expérience transmise par les anciens, associée à des compétences techniques de gestion ou de production nouvelles qui permettent de s'adapter à un environnement évolutif.

Nous avons souligné qu'à Ouagadougou, la sélection ne s'opère plus sur ces bases lignagères. En ce sens, l'activité de boucher opère une transition du métier, où la transmission des statuts est héréditaire, à la profession où l'éligibilité est « sociétaire » et le statut lié à des critères de compétences et de spécialisation. L'ouverture de la profession sur un espace plus large que

celui des relations parentales peut à terme nécessiter un système de classification plus institutionnalisé. Au rapport direct patron-apprenti, peut se substituer un rapport « médiatisé par des institutions extérieures à l'entreprise » : formation certifiée, syndicats professionnels qui établissent des classifications, etc. « Ceci est cohérent avec l'existence d'un marché du travail urbain, où la main d'œuvre peut être recrutée à distance » (Eymard-Duvernay, 1986).

Associations professionnelles

La profession des bouchers-abattants s'organise aussi de façon institutionnelle, notamment au travers d'associations régionales et nationales et de syndicats. Ces institutions participent à la définition et à la réglementation de l'activité, par exemple en instaurant des cartes professionnelles délivrées aux bouchers de carrière. Au moment de l'enquête, 160 bouchers-abattants étaient reconnus. Selon le président du bureau des bouchers, un boucher qui n'abat aucune bête pendant 3 mois de suite est « rayé de la liste, pour avoir seulement les vrais ». « Si dans le mois tu ne peux pas abattre c'est que tu fais autre chose, que tu es venu grossir les rangs. N'importe qui ne peut pas s'introduire dans l'abattoir pour abattre ».

Le bureau émet aussi des propositions quant à l'évolution de l'organisation de la filière. Il est un organe de représentation de la profession vis-à-vis d'autres instances, notamment publiques : « nous sommes un intermédiaire entre les bouchers et les autorités. S'il y a des séminaires, des colloques, nous y sommes. Actuellement j'ai demandé une audience, pour voir le Ministre du commerce, pour lui expliquer la situation difficile que nous allons affronter d'ici le mois de mars-avril » (période de soudure). L'intervention du bureau est parfois à l'origine de modification de certaines règles officielles.

Enfin, il régule les rapports entre un milieu professionnel non scolarisé et l'administration, qui sont parfois tendus. « L'administration est comme on dit, on ne peut pas surveiller tout le monde à la fois. Or dans l'activité de boucherie, chez nous au Burkina, ce n'est pas comme les autres activités. On pourrait dire, excusez-moi le mot, que ce sont des gens rejetés par la société. C'est ça le problème. Il faut être dur de caractère, il faut être dur d'esprit, et il faut être dur de cheminement pour pouvoir résister, parce qu'on peut vous faire du mal, c'est une force qui est là. Si bien qu'il y a certains fonctionnaires, il leur faut un certain temps pour comprendre ces gens-là, et même s'ils les comprennent, les tensions montent souvent parce que ce sont des analphabètes ».

L'organisation professionnelle constitue ainsi un rôle de porte-parole officiel permettant des négociations avec d'autres instances, notamment celles de l'Etat. Elle est par ailleurs un lieu de négociation entre professionnels, capable de gérer certaines évolutions liées à l'environnement ou à des dysfonctionnements internes, et d'émettre un discours cohérent sur la profession. Elle peut régler la question des fautes professionnelles, et se porter garante d'une éthique professionnelle.

Enfin, par son rôle de sanction, elle contribue à distinguer le groupe professionnel des autres, non-professionnels, qui peuvent être les bouchers clandestins par exemple. Si cette gestion des barrières à l'entrée peut être vue comme un handicap (non-équité de l'accès, contrôle d'une situation rentière, etc.), elle permet toutefois une production et une garantie de qualité et de service.

Le contrôle de l'accès à la profession

Ainsi, la résistance de ces métiers aux suspicions peut être facilitée par un contrôle interne de l'entrée en profession, dont nous avons indiqué certaines modalités, notamment la gestion sociale de l'apprentissage. Dans le cas de la profession de négociants de céréales, un autre outil de contrôle de l'entrée en profession est la fourniture d'un capital initial. Etant donné le difficile accès au crédit bancaire, ce capital est encore souvent fourni par le patron qui a été en charge de son apprenti. Il est attribué très progressivement et devient conséquent quand le

patron estime que son apprenti a acquis les savoir-faire et savoir-être nécessaires à la profession. Cette gestion du capital initial permet aux anciens de « sélectionner » les nouveaux venus dans la profession. Cette gestion est, cela dit, quelque peu perturbée par l'apparition d'un nouveau type de négociants, scolarisés, qui ont accès au capital initial par un crédit bancaire.

Ces barrières sont assez nettes pour des professions qui fonctionnent sur un mode d'apprentissage spécialisé de type maître-apprenti. Elles sont moins nettes pour des activités dont l'apprentissage relève du type « par imprégnation »⁶⁵, et qui ne nécessitent pas ou peu de capital initial (production et petit commerce de produits transformés alimentaires traditionnels : soubala, beurre de karité, pâte d'arachide, etc.). L'apprentissage par imprégnation de préparations alimentaires telles que le soubala est théoriquement initié dans les unités domestiques, au même titre que l'apprentissage culinaire des filles par leurs mères. A Ouagadougou, les modalités de cet apprentissage sont remises en cause, l'artisanat de production ayant remplacé la production domestique. L'activité n'est pas gérée par des institutions spécifiques : toute femme peut se lancer dans l'activité. Ces éléments conduisent les consommateurs à remettre en cause la compétence des préparatrices. La décentralisation des unités de production-commercialisation du soubala, dans le sens où chaque unité est indépendante et qu'aucune institution (en dehors des groupements) ne vise à les assembler ou les représenter, ne favorise pas la construction et l'émission d'un discours sur la qualification des préparatrices.

On comprend ici l'intérêt, déjà largement souligné (Charmes, 1990), de distinguer les activités du secteur dit « informel ». La facilité d'entrée ne concerne que certaines activités. La nature des métiers et particulièrement les règles de constitution, de légitimité et de mise en œuvre des savoirs apparaissent un critère discriminant.

Conclusion

Nous avons montré en quoi les structures professionnelles sont pertinentes pour assurer la fabrication et la distribution de produits artisanaux (non-stabilisés, variables d'un produit et d'un producteur à l'autre). Elles permettent notamment de se positionner et se porter garantes sur une organisation urbaine des marchés (force d'anonymat, multiplication des intermédiaires, etc.) où le contrôle des activités de production par le face à face ou par la communauté « domestique » est difficile. Cela dit, elles ont à gérer un paradoxe : celui de tirer leur force de production et de garantie de la qualité dans un contrôle des barrières à l'entrée assurant la formation, et, en même temps, de devoir rester des structures suffisamment « ouvertes » pour s'adapter aux évolutions de l'environnement.

65. « savoir-faire acquis au long de l'enfance, en même temps que d'autres éléments culturels, sans qu'il s'établisse de relations sociales visant spécifiquement la transmission » (Chamoux, 1982).

Bibliographie

- ALEXANDRE R.P., 1953. La langue Mòoré (Tome II). Ifan, Dakar, 506 pages.
- ALTERSIAL-CERED-MSA, 1985 (collectif). Nourrir les villes en Afrique sub-saharienne. Paris, L'Harmattan, Coll. Villes et entreprises, 421 p.
- BALANDIER G., 1955. Sociologies des Brazzavilles. Paris, Armand Collin.
- BESSY C., CHATEAURAYNAUD F., 1993. Les ressorts de l'expertise. Les objets dans l'action, de la maison au laboratoire. *Raisons pratiques*, 4 : 141-164.
- BOLTANSKI L., THEVENOT L., 1991. De la justification. Les économies de la grandeur. Gallimard, 485 p.
- BOM KONDE P., 1995. Territoires, institutions et diffusion des savoir-faire. Colloque Petites entreprises agroalimentaires, Cirad, Montpellier (France), 19 et 20 octobre 1995, 31 p.
- BRICAS N., 1992. L'évolution des styles alimentaires au Sahel. In P.M. Bosc, V. Dollé, P. Garin, J.M. Yung (éds), *Le développement agricole au Sahel, Tome1 : Milieux et défis*, Cirad éditions, Montpellier, p. 179-211.
- BRICAS N., 1995. Consommateurs en quête d'identité. *Histoires de développement*, 27 : 34-37.
- BRICAS N., 1998. Cadre conceptuel sur l'analyse de la consommation alimentaire. Série Alimentation, urbanisation et filières vivrières, n°1, Cirad-Fao.
- BRICAS N., CHEYNS E., 1995. Incertitudes et procédures de qualification des consommateurs urbains au Burkina. Le cas d'un condiment alimentaire traditionnel : le soubala ». Actes et communication de l'Inra, Séminaire Qualification des produits et territoires, Toulouse, octobre 1995, 16 p.
- BRICAS N., SAUVINET R., 1989. La diversification de la consommation : une tendance de l'évolution des styles alimentaires au Sahel. Séminaire Les espaces céréaliers en Afrique de l'Ouest, Cilss-Ocde-Club du Sahel, Lomé, 6 au 11 novembre 1989, 25 p.
- BROUSSEAU E., 1993. Les théories des contrats : une revue. *Revue d'Economie Politique*, 103, (1) : 1-82.
- 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.
- CHAMBERLIN E. H., 1953 (trad. française). La théorie de la concurrence monopolistique. Paris, PUF. (Première version : 1933, *The theory of Monopolistic Competition*, Harvard University Press).
- CHAMOIX M.N., 1982. La division des savoir-faire textiles entre indiens et métis dans la Sierra de Puebla (Mexique). *Techniques et Culture*, n°2, juillet-décembre, éd. de la Maison des sciences de l'homme, Paris, p. 99-105.
- CHAMPAGNE S., 1990. Pratiques associatives féminines. A propos d'associations féminines de la ville de Ouagadougou et du milieu péri-urbain. Notes et travaux n°20, Université Laval, Centre Sahel, 60 p.

CHARMES J., 1990. Une revue critique des concepts, définitions et recherches sur le secteur informel. *In* D. Turnham, B. Salomé et A. Schwartz, *Nouvelles approches du secteur informel*, Ocde, Paris, p. 11-52.

CHARMES J., 1996. Emploi, informalisation, marginalisation ? L'Afrique dans la crise et sous l'ajustement, 1975-1995. *In* J. Coussy et J. Vallin (sous la dir.), *Crise et population en Afrique*, Les Etudes du Ceped n°13, Paris, p. 495-520.

CHARMES J., 1997. Le secteur informel, élément de flexibilité du travail et d'adaptation des ménages en situation de crise et d'ajustement. Communication à l'atelier Ménages et crise, Marseille, 24 au 26 mars 1997, Orstom.

CHEYNS E., 1993. Caractéristiques et facteurs déterminants de la consommation alimentaire urbaine au Burkina Faso : Conséquences pour la valorisation des produits locaux. Mémoire de Dea, Ensam, Cirad-Sar, 80 p.

CHEYNS E., 1996. Les pratiques d'approvisionnement alimentaire des consommateurs de Ouagadougou (Burkina Faso). Séminaire Fao-Isra, Approvisionnement et distribution alimentaire des villes en Afrique de l'Ouest, 14-18 avril 1997, Dakar, Fao, Cirad, 61 p.

CHEYNS E., 1998. Identification et construction sociale de la qualité de produits agro-alimentaires. Le cas de l'alimentation urbaine au Burkina Faso. Thèse de doctorat en économie du développement, Ecole Nationale supérieure agronomique de Montpellier, Cirad-Amis, 381 p.

CHEYNS E., BRICAS N., à paraître. La consommation alimentaire en Afrique de l'Ouest ; synthèse bibliographique. Tome 1 : le Burkina Faso. Série Alimentation, urbanisation et filières vivrières, Cirad.

CONEIN B., THEVENOT L., 1997. Présentation. *In* Conein B. et Thévenot L. (eds.), 1997 : *Cognition et information en société*. Paris, Ehes, *Raisons pratiques*, 8, p. 7-22.

CORDONNIER L., 1994. L'échange, la coopération et l'autonomie des personnes. *Revue du MAUSS, A qui se fier ? Confiance, interaction et théorie des jeux*, 4 : 94-114.

DELFOSSÉ C., 1995. L'émergence de deux conceptions de la qualité du fromage dans l'entre deux guerres. *In* Nicolas et Valceschini, *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*. *Inra-Economica*, p. 199-208.

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.

DIAWARA B., SAWADOGO B., 1994. Contribution à l'étude des procédés traditionnels de fabrication du « soumbala » au Burkina Faso. Aspects biochimiques, microbiologiques et technologiques. Compte-rendu des conférences et des communications du séminaire sur la technologie de fermentation appliquée à l'Afrique, Premier cahier technique, Liège, Centre Wallon de biologie industrielle, 30 mai au 3 juin 1994, p. 129-140.

DUBAR C., 1995 (1ère édition : 1991). *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*. Paris, Armand Colin, 276 p.

EYMARD-DUVERNAY F., 1986. La qualification des produits. *In* Salais R. et Thévenot L. (éds.), 1986 : *Le travail, marché, règles et conventions*. *Economica-Insee*, p. 239-248.

EYMARD-DUVERNAY F., 1992. Formes de coordination et qualité des biens. Communication au colloque de la Sfer « la qualité dans l'agro-alimentaire : questions économiques et objets scientifiques », 26-27 octobre, 10 p.

- EYMARD-DUVERNAY F., 1994. Coordination des échanges par l'entreprise et qualité des biens. *In* A. Orléan (sous la dir.), *Analyse économique des conventions*, Puf, p. 307-334.
- FAVEREAU O., 1998. Notes sur la théorie de l'information à laquelle pourrait conduire l'économie des conventions. *In* Petit P. (dir.), 1998 : *L'économie de l'information. Les enseignements des théories économiques*. Paris, La découverte, coll. Recherches, p. 195-238.
- FAVEREAU O., THEVENOT L., 1991. Réflexion sur une notion d'équilibre utilisable dans une économie de marchés et d'organisations. Ronéo, Ermes-Ehess, 40 p.
- FISCHLER C., 1990. *L'omnivore*. Ed. Odile Jacob, Paris, 414 p.
- GOMEZ P.Y., 1994. *Qualité et Théorie des Conventions*, Economica, coll. Recherche en Gestion, Paris, 269 p.
- GREGOIRE E., LABAZEE P., 1993. Introduction : approche comparative des réseaux marchands ouest-africains contemporains. *In* Grégoire E. et Labazée P. (dir.), 1993 : *Grands commerçants d'Afrique de l'Ouest, Logiques et pratiques d'un groupe d'hommes d'affaires contemporains*. Karthala-Orstom, p. 9-36.
- KARPIK L., 1989. L'économie de la qualité. *Revue française de sociologie*, 30 : 187-210.
- LALLEMENT M., 1994. Théorie des jeux et équilibres sociaux. *Revue du Mauss, A qui se fier? Confiance, interaction et théorie des jeux*, 4 : 115-133.
- LANCASTER K.J., 1966. «A new approach of the consumer theory», *The journal of political economy*, 74 : 132-157.
- LANCASTER K., 1971. *Consumer demand, A new approach*. Columbia University Press, New York et London, 177 p.
- LATOUCHE S. 1994a. Le rationnel et le raisonnable ; les antinomies du postulat métaphysique de la raison économique. *Revue du Mauss, A qui se fier ? Confiance, interaction et théorie des jeux*, 4 : 134-159.
- LATOUCHE S., 1994b. *Marché et marchés*. Cahier des Sciences Humaines : Marchés et développement, vol. 30, n° 1-2, Paris, éd. Orstom, p. 35-51.
- LETABLIER M.T., 1992. *Qualité et modèles d'entreprises dans le secteur laitier*. Colloque de la SFER : *La qualité dans l'agro-alimentaire : questions économiques et objets scientifiques*, Inra, 26 au 27 octobre 1992, 12 p.
- LIVET P., THEVENOT L., 1994. Les catégories de l'action collective. *In* Orléan A. (éd.), 1994 : *Analyse économique des conventions*. Puf, p. 139-168.
- LOPEZ E. 1996. *Organisations et stratégies des petites entreprises agroalimentaires à Maroua (Nord Cameroun)*. Thèse de Doctorat en Géographie humaine, économique et régionale, Université de Paris X, Nanterre, 433 p.
- MAIZI P. 1993. *Techniques féminines moose dans le Yatenga (Burkina Faso)*. Doctorat d'Anthropologie sociale et Ethnologique, Ehess, Paris, 398 p.
- MAIZI P., 1994. *Transmission et hiérarchie des savoir-faire féminins au Yatenga (Burkina Faso)*. Communication personnelle.
- MAIZI P., 1995. *Identités plurielles des femmes moose du Yatenga (Burkina Faso)*. Cahier des Sciences Humaines, éd. Orstom, 31 (2) : 485-499.
- MAIZI P., 1999. *Construire des compétences : propositions méthodologiques pour la valorisation des échanges de savoir-faire agroalimentaires*. *In* Bom Konde P., Maïzi P., Sokona K. (dir.), *AVAL, six ans de diffusion de savoir-faire agro-alimentaires en Afrique de l'Ouest* :

bilan méthodologique, Réseau Aval, oct. 99, publication Cirad-Cnearc avec l'appui du Ministère français des affaires étrangères, p. 91-118.

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.

NAGO M.C., HOUNHOUIGAN J., KONING F., GROSS R., 1993 (éd.). La situation alimentaire et nutritionnelle dans les zones urbaines en Afrique. Actes du Séminaire-Atelier à Cotonou, 14-18 juin 1998, 469 p.

O'DEYE M., BRICAS N., 1985. A propos de l'évolution de styles alimentaires à Dakar. *In Nourrir les villes en Afrique sub-saharienne*, Altersial-Cered-Msa, Paris, L'Harmattan, p. 179-195.

OCDE-Club du Sahel, BAD et CILSS, 1994. Pour préparer l'avenir de l'Afrique de l'Ouest : une vision à l'horizon 2025 ; synthèse de l'étude des perspectives à long terme en Afrique de l'Ouest. Paris, OCDE-Club du Sahel, 55 p.

ODUNFA A., 1992. Typologie et stabilité des comportements alimentaires : une approche par les transferts élargis en Côte d'Ivoire. Thèse de Doctorat, Université de Nanterre, Paris X, 417 p.

ORLEAN 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.

OUEDRAOGO J.B., 1994. Système de production et culture ouvrière de métier. Le cas des menuisiers-soudeurs de Ouagadougou. Cedres-Etudes, *Revue économique et sociale Burkinabé*, 38 : 101-131.

REQUIER-DESJARDINS D., 1985. Urbanisation et évolution des modèles alimentaires : l'exemple de la Côte d'Ivoire. *In Nourrir les villes en Afrique sub-saharienne*, Altersial-Cered-Msa, Paris, L'Harmattan, p. 161-178.

REQUIER-DESJARDINS D., 1989. L'alimentation en Afrique, manger ce que l'on peut produire. Paris, Karthala et Pussaf, 169 p.

REQUIER-DESJARDINS D., 1995. Marchés, organisations, « équilibrage de règles : propositions pour une méthodologie d'approche des agro-industries rurales dans les pays en voie de développement. Colloque Petites entreprises agroalimentaires, Cirad, Montpellier, 19 et 20 octobre 1995, 16 p.

SALAI R., 1994. Incertitudes et interactions de travail : des produits aux conventions. *In* Orléan A. (dir.), 1994 : *Analyse économique des conventions*. Puf, p. 371-403.

SAWADOGO R.C., OUEDRAOGO J.B., 1996. Etudes sociologiques sur le gari et le soubala 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.

SIMON H.A., 1955. A behavioural model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69 : 99-118.

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.

THEVENOT L., 1986. Economie et formes conventionnelles. *In* Salais R. et Thévenot L. (éds.), 1986 : *Le travail, marché, règles et conventions*. Economica-Insee, p. 198-218.

THEVENOT L., 1989. Economie et politique de l'entreprise. Economie de l'efficacité et de la confiance. Justesse et Justice dans le travail, Cahiers du Centre d'Etudes de l'Emploi, n°33, Paris, Puf, p. 135-208.

THEVENOT 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., KOULIDIATI L., SOME C., 1984. Systèmes alimentaires à Ouagadougou. Colloque international Ouagadougou, Unrisd-Cedres, 30-31 mai et 1er juin, 147 p.

THUILLIER-CERDAN, C. 1996. Organisation alimentaire urbaine au Bénin. L'approvisionnement de Cotonou en produits vivriers. Thèse de Doctorat en géographie et pratiques du développement, Université de Paris X - Nanterre, 269 p.

VAN DIJK M.P., 1986. Burkina Faso, le secteur informel de Ouagadougou. Paris, L'Harmattan, Coll. Villes et entreprises, 203 p.

VUARIN R., 1994. L'argent et l'entregent. Cahier des Sciences Humaines : Marchés et développement, 30 (1-2) : 255-273.

Résumés des contributions

Incertitudes et procédures de qualification des consommateurs urbains : le cas du soubala.

En Afrique sub-saharienne, les consommateurs urbains sont soumis à une forte incertitude pour identifier les caractéristiques de qualité des produits alimentaires. L'offre se diversifie du fait de la multiplicité des origines géographiques des aliments et du développement d'entreprises de transformation artisanales ou industrielles. Une enquête menée à Ouagadougou (Burkina) sur la perception de la qualité d'un condiment traditionnel, le « soubala », remet en cause un certain nombre d'idées préconçues sur les attentes de qualité des citadins : préférence pour des produits standardisés, confiance dans les signes industriels de qualité, etc. Dans le cas du soubala, la qualité du produit est souvent spécifiée par l'origine territoriale et le respect de règles traditionnelles de fabrication. Face à l'incertitude de l'offre en ville, les consommateurs combinent des procédures de qualification directe, faisant appel à leurs propres compétences sensorielles et des procédures de qualification indirectes, faisant appel à un tiers : confiance dans la vendeuse établie par une relation interpersonnelle ou par sa réputation. L'utilisation d'une telle typologie des procédures de qualification permet de comprendre l'hétérogénéité des attentes des citadins selon les produits, selon leur usage et selon les consommateurs.

L'implication des ressources locales dans les dispositifs de qualification des produits.

La dominance d'un système de production artisanal, informel et *a priori* diffus ou « incontrôlable » et l'accroissement rapide des populations urbaines en Afrique sub-saharienne conduit à une volonté de standardisation des systèmes de production, justifiée par un besoin d'amélioration de la qualité des produits : industrialisation des procédés de transformation alimentaire, normalisation des produits ou des procédés, étiquetage obligatoire, etc. On peut cependant préalablement se poser la question, à partir du moment où ils existent, de la pertinence de systèmes de production existants, basés sur une diversité des ressources locales. En matière de qualité, il apparaît que si l'on ancre au départ l'analyse sur les modes de qualification locaux et la construction des éléments qui permettent la qualification, les ressources locales mises en œuvre dans la production alimentaire se dévoilent d'une façon beaucoup plus positive. L'objectivation de la qualité des produits met en jeu des éléments de différentes natures. L'âge de la préparatrice, son nom, son origine territoriale, sa réputation, etc., sont autant d'éléments qui caractérisent le produit à côté d'autres objets relevant d'une normalisation industrielle. Vendeurs et acheteurs doivent par contre trouver un accord sur les éléments qui concourent à la normalisation du produit. Ces éléments mis en jeu dans la qualification et leur nature sont liés aux caractéristiques des produits, à différentes formes de connaissance et à l'engagement de ressources particulières dans les systèmes productifs. Loin d'être figés, ces systèmes de production évoluent au travers d'innovations techniques et organisationnelles. L'introduction de nouveaux objets dans les systèmes de production contribue à une évolution des modes de qualification et des caractéristiques du produit. L'analyse basée sur des études de cas permet de juger de l'existence de dispositifs de production et de commercialisation locaux.

L'établissement d'un compromis sur la qualité : Le cas des groupements de productrices de soubala.

L'essentiel de l'offre alimentaire est produit et distribué par un « secteur artisanal ». Mais des caractéristiques particulières de l'échange, en milieu urbain, conduisent à une suspicion des consommateurs vis-à-vis de la qualité de certains produits artisanaux, en vente sur les marchés. Cette suspicion est en partie liée à une modification des règles qui conditionnent l'entrée en activité de l'offreur, notamment les règles qui assurent son savoir-faire

et ses compétences. Il existe cependant, au niveau de l'offre artisanale, des formes de compromis adaptées aux conditions d'échange du contexte urbain et qui permettent de rassurer le consommateur sur la qualité des produits. Nous présentons ici le cas des groupements de femmes productrices de *soumbala*, qui permet de formuler des conclusions en termes de structuration du secteur artisanal urbain et sur des aspects de formation.

Le rôle des institutions professionnelles dans la production et la garantie de la qualité des produits. La première partie de cet article explique les raisons pour lesquelles on est amené à aborder la qualité sous l'angle d'une construction. La qualité n'est pas une notion objective *a priori*, elle n'est pas inscrite dans les biens. Les préférences des consommateurs ne sont pas homogènes et la qualité du produit est intimement liée aux pratiques alimentaires des consommateurs et aux situations d'usage. Par ailleurs, les caractéristiques des produits ne sont pas « objectivement mesurables » par les consommateurs. Certaines caractéristiques ne sont pas visibles et les consommateurs, dans un contexte d'incertitude sur la qualité du produit, ont besoin d'informations. En effet, les consommateurs vont s'appuyer sur des repères largement produits par l'offre pour identifier la qualité du produit : des normes, des certifications publiques, l'âge ou l'origine régionale du producteur, etc. On est alors amené à parler de construction de la qualité entre les acteurs. La deuxième partie met en évidence différents cas de construction de la qualité. Pour des produits standardisés ou stabilisés qui doivent s'échanger « à distance », certains signes normalisés permettent de garantir la qualité du produit. Pour des produits artisanaux dont la qualité est très variable et liée aux compétences et à la loyauté du producteur, les relations de proximité entre le producteur et l'offreur permettent un accord sur la qualité. Lorsque cette relation n'est pas possible, et c'est souvent le cas dans des conditions d'échange relativement « anonymes » sur les marchés urbains, les consommateurs sont en situation d'incertitude vis-à-vis de la qualité des produits. Par contre, quand ces activités artisanales sont structurées par des organisations professionnelles, la qualité apparaît assurée. Ces organisations professionnelles, telles que les groupements féminins, les métiers de boucher ou de grossistes céréaliers rassurent sur la compétence des offreurs, et ainsi sur la qualité du produit.