



UNIL | Université de Lausanne

IDHEAP

Institut de hautes études
en administration publique

Rémi Schweizer

**La participation et l'influence des citoyens-
consommateurs au sein du secteur agro-
alimentaire suisse. Des grands récits à la
réalité empirique**

Working paper de l'IDHEAP 1/2015
Unité Politiques publiques et durabilité

NRP 69 PROJECT: „Consumer Participation in decisions regarding sustainable food”

Team: Jean-Philippe Leresche¹, Stéphane Boisseaux¹, Sophie Réviron², Joëlle Salomon Cavin¹,
Magali Estève², Rémi Schweizer¹

¹ Université de Lausanne

² agridea

La participation et l'influence des citoyens-consommateurs au sein du secteur agro-alimentaire suisse. Des grands récits à la réalité empirique.

Rémi Schweizer

Working paper de l'IDHEAP 1/2015
Unité Politiques publiques et durabilité

© 2015, IDHEAP, Université de Lausanne

AVANT-PROPOS

Le présent document s'inscrit dans le cadre du projet de recherche « *Accès des citoyens-consommateurs¹ aux décisions sur la durabilité des systèmes alimentaires* », financé par le Fonds national suisse de la recherche scientifique (FNS ; www.snf.ch) au sein du Programme national de recherche 69 « *Alimentation saine et production alimentaire durable* » (PNR 69 ; www.pnr69.ch). Divisé en 21 projets réunissant un large éventail de disciplines, ce PNR vise à élaborer des bases scientifiques pour promouvoir en Suisse une alimentation saine et de qualité, disponible en quantité suffisante et à des prix abordables tout en assurant un impact environnemental réduit.

La participation des citoyens-consommateurs constitue un enjeu central pour l'adéquation et la légitimité des décisions prises en ce sens, que ce soit par les acteurs de la filière agro-alimentaire ou par l'Etat. Croisant science politique et marketing, le projet « Accès des citoyens-consommateurs » consiste dès lors à analyser les conditions et la portée de cette participation dans le cadre de grandes thématiques discutées en Suisse au cours de ces 25 dernières années, dans le but d'en dégager les principaux déterminants. Sur cette base, des propositions concrètes seront formulées pour favoriser la mobilisation des citoyens-consommateurs en matière d'alimentation durable

Ce document présente la problématique, les questions et le design de recherche, de même que l'opérationnalisation des concepts mobilisés. Son contenu a été discuté lors de plusieurs séances avec l'équipe du projet (le Prof. Jean-Philippe Leresche, les Dr. Sophie Réviron, Stéphane Boisseaux, Joëlle Salomon Cavin, de même que Magali Estève). Il se fonde également sur la proposition soumise au FNS, qu'il développe et réinterprète à la lumière de l'expérience théorique et empirique acquise. J'en profite pour remercier toutes les personnes qui, par leurs connaissances et le temps qu'elles m'ont consacrées, ont permis d'affiner cette dernière (en particulier les membres du groupe d'accompagnement de notre projet et les personnes avec qui j'ai pu réaliser un entretien dans le courant de l'année 2014).

Rémi Schweizer (Lausanne, le 8 janvier 2015)

¹ L'expression « citoyen-consommateur » est employée sans discrimination de genre. Au sein du présent texte, le masculin est utilisé comme générique pour désigner des catégories de personnes ou des fonctions.

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos.....	3
Table des matières	5
1. Problématique de recherche.....	7
1.1 Enjeux & ambitions théoriques et empiriques	7
1.2 Des ‘grands récits’... ..	8
Grand récit autour du tournant participatif & délibératif	9
Grand récit autour de la figure du citoyen-consommateur	10
Grand récit spécifique au secteur agro-alimentaire suisse	11
1.3 ... à la réalité empirique	12
2. Logique de recherche & éléments conceptuels	14
2.1 Logique, questions & propositions de recherche	14
2.2 Catégorisation des canaux de participation	17
Implications pour l’analyse empirique	19
2.3 Mesurer l’influence (Q _{1b}).....	20
Eléments de définition	21
Vers une méthode fondée sur une analyse processuelle.....	23
Implications pour l’analyse empirique	24
3. Considérations méthodologiques.....	25
3.1 Méthode de recherche et récolte des données	25
3.2 Cas retenus	26
Références.....	28

1. PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE

1.1 Enjeux & ambitions théoriques et empiriques

Un approvisionnement alimentaire stable et de qualité constitue une condition nécessaire à l'équilibre des individus et, plus largement, des sociétés. En Suisse comme ailleurs dans le monde, l'un des plus grands défis du 21^e siècle consistera à couvrir des besoins en alimentation croissants dans un contexte *environnemental* (raréfaction des ressources naturelles, dégradation des écosystèmes, risques d'épidémies), *économique* (ouverture des marchés, mise en concurrence des territoires, concentration des acteurs intermédiaires) et *social* (disparition des petites exploitations, précarité de la paysannerie et des emplois saisonniers, déséquilibre Nord-Sud) toujours plus complexe et incertain. Ces incertitudes engendrent la nécessité d'évoluer vers des *systèmes agro-alimentaires*² à même de répondre, aujourd'hui et à l'avenir, aux défis soulevés.

Production biologique, approvisionnement local, entretien du paysage, stratégie qualité, appellations d'origine, paiements directs, statut de saisonnier ; voilà autant de thématiques discutées dans cette perspective au sein du secteur agro-alimentaire suisse ces dernières décennies. Loin d'être consensuelles, ces discussions se matérialisent par des processus contestés. Marqués par des relations de pouvoir déséquilibrées, ces derniers impliquent un large éventail d'acteurs dont les objectifs et les stratégies divergent. De ces processus découlent une série de décisions politiques, d'une part, et commerciales, d'autre part, qui ont pour effets d'orienter les systèmes alimentaires vers plus (ou moins) de *durabilité*³. Or la participation des citoyens-consommateurs représente un enjeu central pour l'adéquation et la légitimité des décisions prises en matière d'alimentation durable, que ce soit par les acteurs de la filière agro-alimentaire ou par l'Etat.

Le projet « *Accès des citoyens-consommateurs* » veut, précisément, analyser les modalités de cette participation. Il s'agit plus largement d'identifier qui participe à la gouvernance de l'alimentation en Suisse, pourquoi et comment, ainsi que de comprendre quels acteurs sont aptes à en définir les grandes orientations. Les autorités politiques et administratives, les producteurs, les entreprises de transformation et de distribution sont-ils les seuls acteurs légitimés ? Ou, ainsi que le suggèrent certains grands récits sur lesquels nous reviendrons, les citoyens-consommateurs sont-ils devenus partie prenante ?

Ces questions ne sont pas anodines, ce d'autant qu'il existe en Suisse un *déficit de connaissances quant au degré d'accès effectif dont jouissent les citoyens-consommateurs*. La rareté des études et l'opacité des processus décisionnels au sein du secteur agro-alimentaire ne permettent, ainsi, pas de situer ce qui relève de la réalité ou de croyances au sein des discours qui se sont développés. Il existe, au vu de l'importance de ces questions, un besoin réel d'en savoir plus sur ce degré d'accès, sur les canaux, les conditions et la portée de cette (non-)participation.

² Par *système agro-alimentaire*, nous entendons une variété d'activités et de processus qui se rapportent à la production des matières premières et à leur transformation en aliments composés de substances nutritives ayant (ou non) un effet positif sur la santé (adapté du Plan d'exécution du PNR 69, FNS 2012 : 8-9).

³ Nous reprenons ici sans la discuter (tel n'est pas notre objet) la définition de la *durabilité* retenue dans le cadre du PNR 69. Celui-ci se réfère à la stratégie du Conseil fédéral et à une perspective tridimensionnelle : « un système alimentaire durable a un effet positif sur la santé, s'exprimant de manière économiquement attractive, favorable à l'environnement et socialement acceptable » (Plan d'exécution du PNR 69, FNS 2012 : 9).

Voilà les questions auxquelles cette recherche se propose de répondre en décortiquant les processus décisionnels liés à quatre grandes thématiques discutées, au cours de ces vingt-cinq dernières années, au sein du secteur agro-alimentaire suisse : le *Swissness*, autour des conditions d'utilisation de la croix et de la désignation suisses sur les denrées alimentaires ; l'*agriculture biologique*, autour du développement d'une agriculture respectueuse de l'environnement ; l'*étiquetage carbone*, autour des initiatives de labellisation climatique ; la *restauration collective*, autour de l'approvisionnement des restaurants des collectivités publiques en produits issus de l'agriculture locale.

Les ambitions poursuivies sont, ce faisant, aussi bien empiriques et descriptives que théoriques et explicatives. D'un point de vue *empirique et descriptif*, tout d'abord, le projet vise à confronter à la réalité du terrain une série de grands récits dont l'ancrage empirique demeure, à ce jour, incertain. L'enjeu est de comprendre et de décrypter une réalité encore floue et, sur cette base, de déterminer si les conditions qui rendraient possible une mobilisation des citoyens et consommateurs en matière d'alimentation durable sont réunies en Suisse. Cela renvoie directement au second aspect, *théorique et explicatif*. Sous cet angle, il s'agit de développer un appareillage conceptuel qui permette à la fois de reconstruire les processus décisionnels dans leur globalité et d'évaluer, en parallèle, le degré d'accès des citoyens-consommateurs. Il s'agira sous cet angle d'évaluer non seulement les canaux de *participation* mobilisés, mais également leur impact décisionnel (*influence*).

1.2 Des 'grands récits' ...

Au sein de la littérature, la question de l'accès des citoyens et des consommateurs aux processus de décisions dans le secteur agro-alimentaire renvoie à différentes tendances qui, plus ou moins solidement ancrées empiriquement, participent à la création de *grands récits*⁴ autour de la figure du citoyen-consommateur. Celui-ci serait devenu, ces dernières années, partie prenante ; il serait à même de pénétrer des systèmes décisionnels autrefois fermés afin de mieux faire valoir ses intérêts.

Ces grands récits peuvent être décomposés en trois groupes. Le premier, issu de la science politique (notamment française), documente les évolutions des systèmes politiques et identifie un tournant participatif et délibératif qui ménagerait au citoyen, en tant qu'individu, de nouvelles opportunités de faire entendre sa voix en dehors des canaux traditionnels de la démocratie représentative ou de la contestation sociale. Le deuxième, issu d'une littérature à la fois plus spécifique et plus hétéroclite (*food studies, political consumerism, marketing*), met en avant des processus économiques au sein desquels la figure du citoyen-consommateur serait devenue centrale. Ces deux récits infusent les représentations autour de notre objet d'étude et participent à la création d'un troisième récit, plus spécifique, autour de la fin d'un système corporatiste dans le secteur agro-alimentaire suisse.

Ces grands récits, dont les contenus s'imbriquent et se recoupent nécessairement, convergent dans leur vision de systèmes décisionnels plus ouverts (i.e., *pluralistes*), marqués par une profonde refonte des rapports entre Etat, secteur économique (producteurs, transformateurs, distributeurs) et société civile. Ils s'inscrivent au sein de littératures riches et plurielles qu'il serait impossible d'aborder ici dans toute leur complexité. Le passage en revue qui suit ne constitue donc, par nécessité, qu'un aperçu schématique ne rendant pas justice à cette pluralité. Il vise, plus modestement, à reconstruire dans leurs grandes lignes leur logique respective afin d'en extraire non pas les nuances et la subtilité, mais les traits dominants.

⁴ L'expression *grand récit* est empruntée au philosophe critique Jean-François Lyotard (1979). Elle désigne ici un phénomène d'accumulation qui, plus ou moins solidement ancré empiriquement, participe à la création d'un système de croyances et de justifications propre, devenu indépendant du monde empirique dont il est issu.

Grand récit autour du tournant participatif & délibératif

Les recherches dont il est question s'intéressent à la *participation des citoyens aux processus décisionnels politiques*. Elles situent la source de leurs interrogations dans les limites des transformations de l'Etat observées en Europe au cours des trente à quarante dernières années (voir par ex. Le Galès 1995 ; Rhodes 1997 ; Kooiman 2003).

Dans les années 1970 en effet, divers facteurs (globalisation, crises des finances publiques) remettent en cause le rapport surplombant, hiérarchique entre Etat et société. Autrefois surpuissant, celui-là serait désormais incapable de faire face aux défis à relever et tente de redéployer son action, intégrant les groupes sociaux susceptibles de le soutenir en lui fournissant certaines ressources-clés (financières, mais également en expertise, consensus, etc.). De processus qualifiés d'*élitistes* (centralistes ou corporatistes), où l'accès aux décisions est réservé à un cercle restreint d'élites politiques et/ou socioprofessionnelles, on passe à des systèmes caractérisés par davantage d'ouverture, s'appuyant sur une multitude d'acteurs en réseau (*network governance*). Par contraste, on parle alors de 'gouvernance' et non plus de 'gouvernement', pour signifier un glissement vers des modes d'interactions plus ouverts et horizontaux, moins fermés et hiérarchisés.

Toutefois, les limites de cette ouverture se profilent rapidement (voir par ex. Hermet 2004 ; Benz & Papadopoulos 2006) : institutionnalisation de groupes d'intérêt qui détournent l'action publique à leur profit, au détriment de la construction d'un intérêt général collectivement partagé ; montée en puissance d'experts et d'agences de régulation indépendantes à la légitimité démocratique discutable ; logiques de cooptation et barrières à l'entrée ; etc. C'est dans ce contexte de semi-ouverture – que l'on pourrait qualifier de *pluralisme limité* – que se déploient partout en Europe, dès la fin des années 1990, de nouvelles formes d'implication des citoyens au sein des processus de décisions publiques (voir par ex. Blondiaux 2008 ; Sintomer 2011).

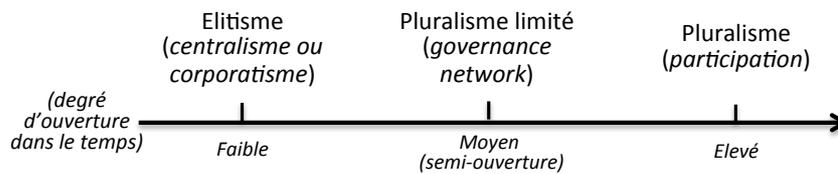
Ces formes nouvelles répondent aux mêmes contraintes structurelles que la *network governance*, tout en en révélant les limites. Il apparaît, selon la logique défendue, insuffisant de limiter l'accès à un cercle – même élargi – d'organisations. Au contraire, la mobilisation des individus et leur contribution à l'action publique sont indispensables. La participation, la délibération et la concertation seraient ainsi porteuses de rationalité, d'efficacité et de consensus, apportant un surcroît de légitimité à l'action publique (Blondiaux & Sintomer 2002). Le changement idéologique est tel que certains vont jusqu'à parler de *tournant* (Sintomer 2011), d'*impératif* (Blondiaux & Sintomer 2002), de *nouveau modèle de politique publique* (Bacqué et al. 2005).

Si le changement est manifeste au niveau des *discours*, passant par la « valorisation constante et systématique de certains thèmes : la discussion, le débat, la concertation, la consultation, la participation, le partenariat, la gouvernance » (Blondiaux & Sintomer 2002 : 17), il l'est également au niveau des *pratiques* – sans que l'on ne sache très bien si les secondes précèdent les premiers ou en sont issues. Le discours participatif est, ainsi, mis à l'épreuve à travers des dispositifs variés, de plus en plus élaborés et observés dans divers secteurs (conférences de consensus, publi-forums, jury de citoyens, budgets participatifs). L'enjeu est de capter le consentement volatile de groupes essentiels de la société civile, de mobiliser des savoirs « profanes » ou « citoyens » (Sintomer 2008) au motif de développer des expertises pour aider à gouverner (Sintomer 2011).

Les systèmes décisionnels qui reposent sur de tels dispositifs deviendraient, c'est là leur ambition, véritablement pluralistes. Par soucis de simplification, nous utiliserons dans le cadre de cette recherche le terme générique de 'participation' pour désigner ces tendances. Si la notion demeure porteuse d'ambiguïtés, elle n'en est pas moins intéressante en ce qu'elle permet la rencontre des approches, discours et pratiques fort divers (Bacqué et al. 2005 : 12) qui sont sous-jacents à ce premier grand récit.

Schématiquement et en guise de synthèse, l'évolution documentée est la suivante :

Figure 1 : évolution de la structure des systèmes décisionnels en fonction du degré d'ouverture



Grand récit autour de la figure du citoyen-consommateur

La participation (citoyenne), notion qui renvoie aux processus politiques et aux rapports des individus à l'Etat, n'est pas sans échos dans la sphère économique. La figure du consommateur est, ainsi, réputée avoir pris une importance considérable au sein des processus économiques globalisés et libéralisés. Il existe sur ce point un parallélisme dont les racines historiques sont communes, l'ouverture des systèmes décisionnels documentée dans les années 1970-80 s'étant accompagnée d'une globalisation et d'une libéralisation des marchés menées sous l'égide des mêmes principes néo-libéraux (voir par ex. Jobert 1994 ; Guthman 2008).

Sur le plan économique, la conséquence a été une compétition accrue entre les firmes, conduisant à l'élargissement de l'offre de produits et de services visant à satisfaire les attentes des consommateurs. La figure du consommateur souverain (*consumer sovereignty ideal*) est alors placée au cœur d'une logique selon laquelle celui-ci ne serait pas seulement le bénéficiaire d'une économie organisée autour d'une consommation de masse, mais posséderait également le pouvoir de conduire ladite économie en déterminant quels biens et services devraient être disponibles (Dickinson & Carsky 2006 : 29 ; Johnston 2008 : 242). La demande serait, en d'autres termes, un *driver* important de changement. Dans le secteur agro-alimentaire, des stratégies telles que la *farm-to-fork approach* illustrent bien ces processus de consumérisation (cf. Smith et al. 2004 : 555), à travers lesquels la figure du consommateur est placée au cœur des processus économiques.

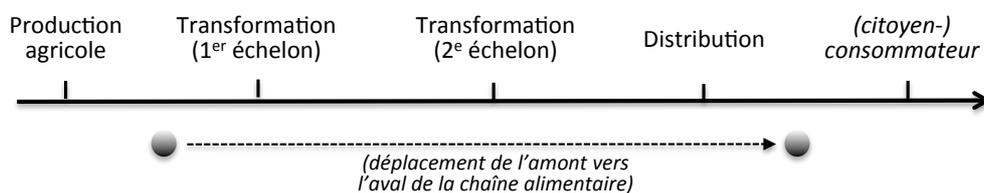
En parallèle à ces évolutions, les limites entre les figures du *citoyen* et du *consommateur* se sont atténuées. D'un côté, la nouvelle gestion publique a mis l'accent sur l'efficacité et l'efficacité des services fournis aux citoyens, rebaptisés « clients » (Giauque & Emery 2008 : 17). Ceux-ci sont désormais perçus comme des « consommateurs » de services publics, et les nouveaux dispositifs de régulation couronnent cette figure issue de la sphère marchande (voir par ex. Pflieger 2002 dans le cas de l'eau). C'est l'histoire du *citoyen devenu consommateur*, le triomphe d'une administration de prestations dominée par les principes de transparence et d'utilisation rationnelle des ressources.

D'un autre côté, l'idéologie néo-libérale promeut activement une autre histoire, celle du *consommateur devenu citoyen*. L'idée est d'affirmer que les choix individuels de consommation, en raison de leur impact structurant sur l'ensemble du processus économique, fonctionnent comme un complément, voire un substitut, à l'idéal citoyen de participation démocratique (Johnston 2008 : 246). En témoignent une série d'oxymores qui, en s'accumulant, participent à l'effacement de la distinction entre les idéaux de consumérisation (centré sur l'intérêt individuel, l'accumulation de biens de consommation, le libre choix) et de citoyenneté (en tant qu'idéal de responsabilité collective, sociale et écologique) : *consumer votes* (Dickinson & Hollander 1991) ; *political consumerism* (Micheletti 2003 ; Stolle et al. 2005) ; *food citizenship* (Polson Institute for Global Development 2003) ; *ethical consumption / consumerism* (Barnett et al. 2005 ; Harrison et al. 2005) ; etc.

De ces évolutions naît la figure hybride du *citoyen-consommateur* (Johnston 2008), derrière laquelle se cache l'idée que les actes d'achat recèlent un potentiel de changement sociétal. Cette idée que le débat politique n'est plus restreint à la sphère démocratique et citoyenne mais s'est étendu au supermarché, cette *politisation du marché* donc (Barham 2002 : 354), reflète pleinement le tournant néo-libéral, « *insofar as much of what passes as politics these days is done through highly individualized purchasing decisions* » (Guthman 2008 : 1175). Elle donne une place toujours plus importante au *marketing* (en tant que science), à la recherche d'outils toujours plus performants destinés à comprendre, sinon capter, les préférences des consommateurs. Ces évolutions valent tout particulièrement dans le domaine agro-alimentaire, où cette ligne de pensée qui érige le consommateur en acteur puissant, « *whose eating decisions can shape broader politics* » (Guthman 2008 : 1176), trouve un écho favorable.

Schématiquement et en guise de synthèse, l'évolution documentée est la suivante :

Figure 2 : évolution du poids économique des acteurs de l'amont vers l'aval de la chaîne alimentaire



Grand récit spécifique au secteur agro-alimentaire suisse

Le secteur agro-alimentaire suisse, soumis aux mêmes forces néo-libérales, suit dans les grandes lignes des évolutions similaires (pour un panorama général, voir par ex. Sciarini 1994, Boisseaux 2007, Chappuis et al. 2008, Tiphnhauer 2014).

Le corporatisme caractéristique du secteur – organisé autour des trois pôles que sont les agriculteurs (Union suisse des paysans [USP] en particulier), l'administration fédérale (Office fédéral de l'agriculture [Ofag]) et, dans une moindre mesure, les grands distributeurs (Migros et Coop) – explose au début des années 1990. L'extrême protectionnisme de l'agriculture suisse et le « bloc bourgeois » – qui regroupe les élites agricoles, industrielles et financières (Guex 1995) – sont, en effet, remis en cause par une série de mutations économiques (négociations des accords de l'*Uruguay Round* et ouverture des marchés), sociétales (pression à la réduction des déficits publics, montée en puissance des enjeux environnementaux) et géopolitiques (fin de la guerre froide et assouplissement de la politique de neutralité). Le rapport sur l'agriculture de 1992, en particulier, pose les jalons d'une réorientation profonde, centrée sur une écologisation et une consumérisation de l'agriculture.

On assiste alors à un redéploiement des rapports de force matérialisé, notamment, par une refonte de la politique agricole (paiements directs écologiques plutôt que garantie des prix à la production) et l'émergence de nouveaux dispositifs législatifs (qu'illustre bien, notamment, le cas des AOP-IGP, Boisseaux 2007, 2012). Au sein de la chaîne alimentaire, le centre de gravité se déplace de l'amont vers l'aval (cf. figure 2) et les rapports (de forces) économiques basculent en faveur des distributeurs. L'administration fédérale passe d'un rôle d'acheteur à un rôle de garant, d'une position de protection à une logique de régulation ; elle encadre et facilite mais son action se veut désormais subsi-

diaire⁵. Enfin, de nouveaux acteurs, porteurs de problématiques et de circuit de production alternatifs, apparaissent (Bio Suisse, Association des AOP-IGP, etc.).

Ces tendances entraînent, en parallèle, une évolution dans la perception du rôle des consommateurs, qui se substituent à l'Etat au bout de la chaîne alimentaire. Les prix qu'ils paient sont désormais, devant les paiements directs, le premier pilier du revenu agricole (Chappuis et al. 2008 : 69). Les associations représentant leurs intérêts seraient devenues, selon leurs propres dires, des « *acteurs naturels* » de ces processus décisionnels⁶, alors que de plus en plus d'organisations tentent de responsabiliser les consommateurs en leur faisant prendre conscience de leur poids.

1.3 ... à la réalité empirique

La revue de la littérature qui précède souligne une modification profonde, au cours des dernières décennies, des rapports entre Etat, société civile et acteurs économiques. L'évolution observée est celle d'une pluralisation des systèmes décisionnels et d'une 'consumérisation' des processus économiques qui, globalement, suggèrent une amélioration de l'accès aux processus décisionnels pour la figure hybride du « citoyen-consommateur ». Le secteur agro-alimentaire suisse connaît, dans les grandes lignes, une tendance similaire.

Cherchant à se démarquer de ces grands récits, à les dépasser pour les interroger sans *a priori* théorique ou idéologique, la présente recherche voudrait se pencher sur leurs manifestations empiriques concrètes au sein du secteur agro-alimentaire suisse. Prendre au sérieux l'importance de l'accès des citoyens-consommateurs c'est, en effet, d'abord se demander à quel point ces récits décrivent une réalité tangible, à quel point le système décisionnel s'est véritablement ouvert ou, au contraire, une logique de *l'entre soi* continue de dominer. Il s'agit, en clair, de questionner la réalité sans « penser *a priori* que les mises à l'épreuve correspondent nécessairement aux discours proclamés » (Blondiaux & Sintomer 2002 : 35). Ce d'autant que vis-à-vis de chacun de ces récits, des nuances, des voix plus critiques, se sont faites entendre.

Ainsi, premièrement, le lien entre *discours* et *pratiques* de participation citoyenne doit être clarifié. Souvent invoqué voire mythifié, le tournant participatif n'est pas toujours étudié avec la rigueur nécessaire. D'abord appréhendé avec un certain enthousiasme, comme une « *nouvelle grammaire de l'action publique* » (Blondiaux & Sintomer 2002 : 19), l'idéal participatif a peu à peu dû faire face à des réflexions plus critiques, notamment au sein de la littérature francophone (voir par ex. Hermet 2004, Jouve 2005, Blondiaux 2008). Comment, en effet, faire de l'ordre au sein de la diversité des pratiques qui se réclament de cet idéal ? Comment évaluer l'influence réelle de ces dispositifs lorsque l'on sait que, pour les élites, « l'une des manières les plus efficaces de se préserver des risques encourus par la participation consiste à lui ôter tout impact direct sur l'action » (Blondiaux 2008 : 78) ? S'agit-il pour autant, comme certaines perspectives le sous-entendent, d'un *trompe-l'œil*, d'une « simple machine à fabriquer du consentement et à promouvoir des transformations cosmétiques visant essentiellement la reproduction de l'ordre politique » (Faure et al. 2010 : 5) ? S'il est difficile d'apporter des réponses à ces questions, il est devenu au fur et à mesure des analyses clair que les écueils rencontrés étaient notables : (auto-)exclusion en raison d'un manque de ressources, phénomènes de cooptation ou de captation des intérêts de certains acteurs, manque de connexion entre arènes de délibération et de décision, prédominance des consultations de façade, etc.

⁵ Voir par ex. la réponse du Conseil fédéral à la Motion 09.3612 sur la *Stratégie qualité au sein de l'agriculture suisse* (déposée le 11.06.2009), au sein de laquelle le Gouvernement reconnaît « le rôle subsidiaire de l'Etat en matière de politique de qualité ». Plus loin : « la Confédération pourra accompagner le processus en se confinant [le terme n'est pas anodin] aux rôles de législateur et de facilitateur ».

⁶ Selon les déclarations d'un représentant de la FRC.

Le grand récit autour de la figure du citoyen-consommateur fait face à des interrogations du même ordre. L'ancrage empirique parfois déficient (Balsiger 2013) et les écueils rencontrés sont, également, soulignés. Pour Horne (2009), les consommateurs font ainsi face à une overdose d'informations qui rend difficile la concrétisation des bonnes intentions au moment de l'acte d'achat. Comment, dans ces conditions, faire un choix en toute connaissance de cause ? Un certain nombre d'auteurs remettent, plus fondamentalement, en question la logique individualiste sous-entendue. Selon Johnston (2008), le couple consumérisme – citoyenneté ne donnerait qu'une attention superficielle aux valeurs citoyennes, et les contradictions inhérentes au mariage de ces idéologies seraient tranchées en faveur de la première : maintien d'un choix maximum pour le consommateur plutôt que limitation de celui-ci ; maintien d'une logique de marché qui reproduit les inégalités de classe au lieu de promouvoir un accès plus équitable ; maintien d'une logique de consommation de masse (*conservation through consumption*) plutôt que promotion d'une consommation raisonnable. La sociologie de la consommation souligne, quant à elle, le caractère contraint (socialement, culturellement et institutionnellement) du comportement « individuel » des consommateurs (voir par ex. Balsiger 2013). Leurs choix de consommation seraient moins l'expression d'une volonté individuelle que le résultat d'un processus complexe de mobilisation (Miller & Rose 1997), voire de manipulation (voir par ex. Jaffe & Gertler 2006, qui parlent de *consumer deskilling*). Comment, dans ce contexte, mesurer l'impact décisionnel réel des consommateurs ?

La question se pose, en résumé, de savoir à quel point ces grands récits résistent à l'épreuve de la réalité. Reposent-ils, d'abord, sur des dispositifs dotés d'une effectivité réelle ? Jouissent-ils, par ailleurs, d'une portée décisionnelle qui va au-delà du symbolique ? La question des *impacts sur la décision* doit, en particulier, figurer au cœur de la réflexion : le fait que les citoyens-consommateurs (respectivement les groupes les représentant) soient formellement co-décideurs implique-t-il, par exemple, une influence élevée ? Au contraire, une influence élevée est-elle envisageable sans participation active ? Plus largement, les conditions qui rendraient possible un degré d'accès élevé (i.e., une participation *active* et une influence *importante*) sont-elles réunies ? Quels sont, si tel n'est pas le cas, les principaux obstacles ?

2. LOGIQUE DE RECHERCHE & ÉLÉMENTS CONCEPTUELS

2.1 Logique, questions & propositions de recherche

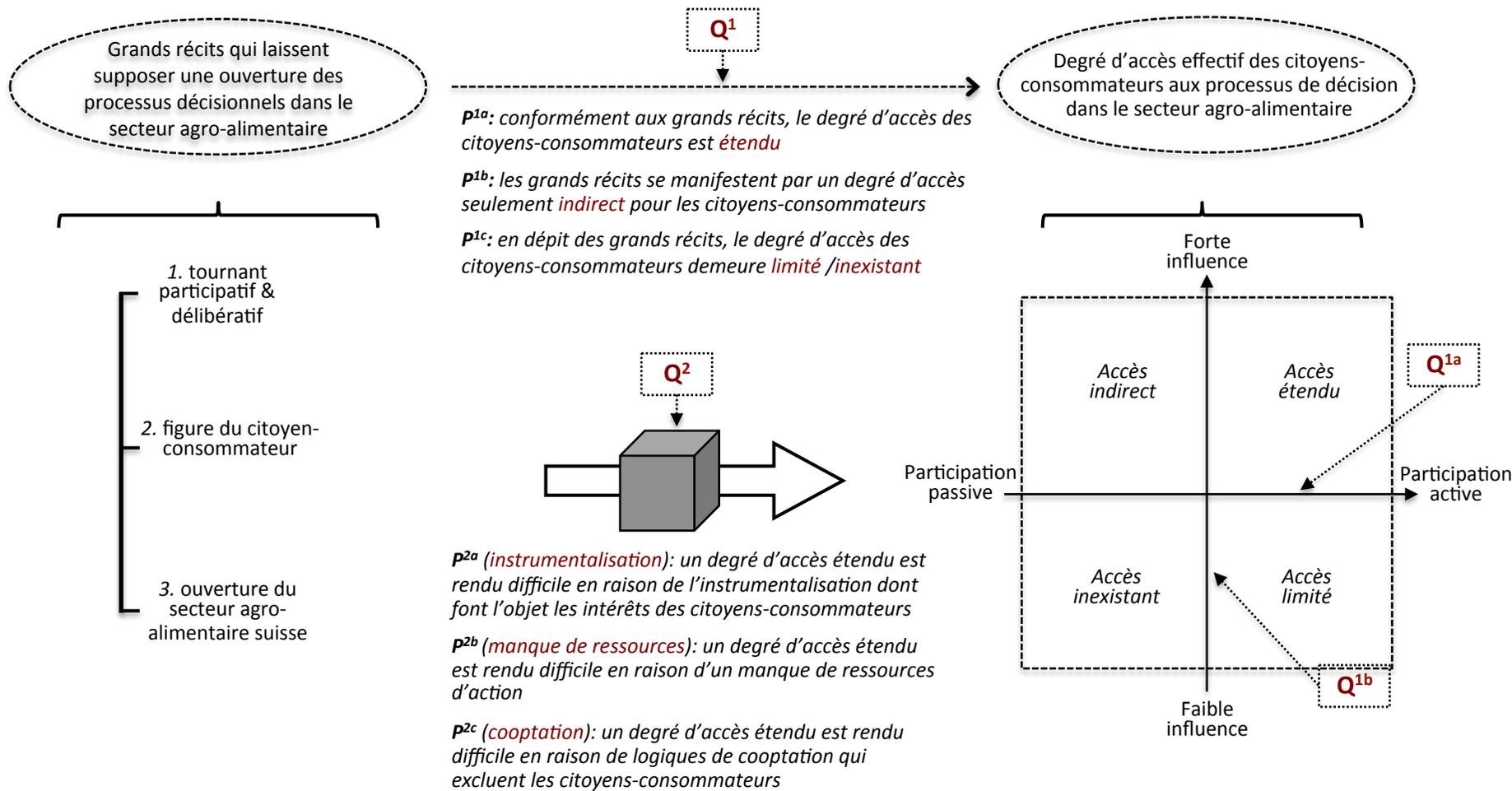
La présente recherche confronte des discours et des représentations *abstraites* (en ce sens que même s'ils renvoient à des phénomènes empiriquement ancrés, ils en viennent à les dépasser pour s'établir en tant que grands récits structurants) à une réalité empirique *concrète* (celle du degré d'accès des citoyens-consommateurs aux processus décisionnels au sein du secteur agro-alimentaire suisse). La logique poursuivie n'adopte donc pas une perspective causale et positiviste qui chercherait à identifier l'influence d'une variable sur une autre. Elle interroge, plutôt, le lien entre littérature et empirie, cherchant à confirmer ou à infirmer l'adéquation entre développements théoriques et faits pratiques. Cela ne signifie pas qu'elle renonce à toute ambition explicative puisque, au contraire, elle vise à comprendre et à expliquer les éventuels écarts entre les récits soulignant une ouverture des processus décisionnels et le degré d'accès effectif des citoyens-consommateurs. L'enjeu consiste, à des fins à la fois théoriques et pratiques, à décomposer la boîte noire qui sépare ces discours de la réalité du terrain pour identifier les obstacles à une prise en compte plus adéquate des intérêts des citoyens-consommateurs.

Deux groupes de questions cimentent, plus formellement, notre réflexion :

- Q₁** Comment les trois grands récits documentés (tournant participatif et délibératif ; consécration de la figure du citoyen-consommateur ; ouverture du système décisionnel dans le secteur agro-alimentaire suisse) se traduisent-ils sur le terrain ? Les citoyens-consommateurs sont-ils en position de mieux promouvoir leurs intérêts ?
- **Q_{1a}** (*axe participation*) : Par quels canaux prennent-ils part aux processus de décisions (politiques et commerciales) dans le secteur agro-alimentaire ? Les idéaux de citoyenneté et de consumérisme sont-ils placés sur un pied d'égalité ?
 - **Q_{1b}** (*axe influence*) Quelle est la portée décisionnelle de leur participation, respectivement de leur non-participation ?
- Q₂** Quels sont les principaux obstacles à un degré d'accès accru des citoyens-consommateurs aux processus de décisions dans le secteur agro-alimentaire ? Par quels mécanismes ces obstacles se matérialisent-ils ?

La représentation ci-dessous résume cette logique de recherche. Elle ne constitue, encore une fois, pas un schéma causal qui mobiliserait une réflexion en termes de variables, mais illustre simplement l'articulation entre les grands récits identifiés (à gauche), l'objet d'étude empirique (à droite), et les questions de recherche formulées ci-dessus. Elle articule également les propositions théoriques (P_{1a} à P_{1c} pour la première question de recherche ; P_{2a} à P_{2c} pour la seconde) retenues pour guider la recherche empirique.

Figure 3 : représentation schématique de la logique de recherche



Le phénomène empirique que nous voulons analyser est donc *l'accès des citoyens-consommateurs aux processus décisionnels au sein du secteur agro-alimentaire suisse*, en particulier en matière d'alimentation durable – ces décisions pouvant être aussi bien celles des firmes que celles de l'Etat. Un tel objet de recherche, s'il peut sembler en apparence aller de soi, nécessite de s'entendre sur ses différentes composantes, soit en particulier sur la question du *degré d'accès* d'une part (comment l'évaluer ? selon quelles dimensions ?), et sur la figure du *citoyen-consommateur* d'autre part.

Ainsi que cela ressort de la figure 3 ci-dessus, nous définissons le degré d'accès des citoyens-consommateurs en fonction de deux axes dont l'agrégation permet de classer et de comparer différents processus décisionnels :

- axe *participation* (abscisse) : cette dimension, procédurale, s'intéresse à la qualité de la participation. Il s'agit de savoir par quels canaux les citoyens-consommateurs participent aux processus décisionnels, s'ils sont (passivement) sollicités par les décideurs pour connaître leurs préférences ou (activement) impliqués dans les délibérations, voire ont un droit de codécision. Cette question est essentielle pour déterminer la position des citoyens-consommateurs au sein du système décisionnel et, *in fine*, la qualité démocratique des décisions prises.

Nous proposons de classer cette dimension sur un continuum « *passif – actif* », en se plaçant du point de vue du degré d'implication des individus concernés : sont-ils activement impliqués ou passivement sollicités ? Tentent-ils d'influencer, par des actes concrets, le processus décisionnel ? Pour être réalisée, l'évaluation nécessite de s'entendre sur le concept de citoyen-consommateur et sur les facettes qu'il recouvre, dont la mise en évidence permettra d'identifier différents canaux de participation envisageables, de même que les principaux obstacles potentiels. Cet aspect fera l'objet du point 2.2.

- axe *influence* (ordonnée) : cette seconde dimension, substantielle, s'intéresse à la portée décisionnelle des différents canaux de participation identifiés. Il s'agit de savoir si les citoyens-consommateurs parviennent non seulement à faire connaître leurs préférences, mais également à les traduire au sein du contenu des décisions adoptées ; de dépasser, en d'autres termes, une vision *mythologique* de l'influence (pour paraphraser Banfield 1961 : 286) pour entrer dans les subtilités (et les complexités) de la réalité empirique. Cette question est essentielle et constitue, trop souvent, un angle mort en raison de la difficulté à mesurer l'influence de manière adéquate.

Nous proposons de classer cette dimension sur un continuum « *influence faible – influence forte* ». Pour être réalisée, l'évaluation nécessite de mettre en place une méthodologie permettant de lier le contenu des décisions (principaux points d'inflexion au sein du processus) aux actions des différents acteurs en présence. Cet aspect fera l'objet du point 2.3.

Sur la base de ces deux axes et de manière purement heuristique, nous proposons de qualifier le degré d'accès des citoyens-consommateurs en fonction de quatre idéaux-types : étendu, limité, indirect, inexistant (cf. figure 3). Il ne s'agit pas par ce biais de quantifier l'analyse (l'appréciation s'entend comme une interprétation de données qualitatives), mais de fournir une grille de lecture et une typologie qui permettent d'évaluer les propositions P_{1a} à P_{1c} et, *in fine*, de porter un regard réflexif sur les grands récits discutés auparavant.

2.2 Catégorisation des canaux de participation

La figure du 'citoyen-consommateur' ne désigne, en tant que tel, pas un *acteur* – comme le serait par exemple une ONG, une multinationale, un groupe d'intérêt ou un Service de l'Etat. Il lui manque pour cela une certaine homogénéité quant aux valeurs et aux intérêts défendus (Knoepfel et al. 2006 : 45), de même qu'une capacité d'action à un niveau qui dépasse les individus impliqués (Scharpf 1997 : 52)⁷. Il s'agit en fait d'une forme nouvelle d'*agrégation d'individus* (au sens où l'entend Scharpf 1997 : 53-54), catégorie générique utilisée pour décrire les actions parallèles d'une (sous-)population dont les membres partagent certaines caractéristiques relevant, par exemple, d'une profession, du statut social, de données démographiques, culturelles ou économiques: le vote *paysan* ; la fuite des *grosses fortunes* ; le chômage *des plus de 55 ans*.

Le cas des citoyens-consommateurs est particulier en ce sens que, d'une part, il renvoie à deux caractéristiques antagonistes (les idéaux de citoyenneté et de consumérisme) et, d'autre part, il constitue une catégorie très inclusive dans la mesure où nous sommes toutes et tous, à un certain degré, des *citoyens*⁸ et des *consommateurs*. L'expression s'adresse donc aux mêmes personnes, en liant des rôles sociaux distincts ; elle est complexe, critiquable (voir par ex. Johnston 2008, citée auparavant) et ne se donne pas d'elle-même. Pour être opérationnelle et utile analytiquement, elle doit être décomposée afin d'en saisir, sans naïveté, les différentes facettes.

Nous proposons pour ce faire de distinguer quatre canaux de participation qui recouvrent les différentes manières dont le citoyen-consommateur est susceptible d'intervenir au sein d'un processus décisionnel : comme image, citoyen, acheteur et groupe d'intérêt. Reconstituées sur la base de la littérature et de notre expérience empirique, ces catégories ont également été discutées lors d'une séance du Groupe d'accompagnement de notre projet le 26 novembre 2014⁹. Chacune regroupe différentes occurrences empiriques, soulève différents obstacles (qui font écho à la question Q₂ et aux propositions P_{2a}, P_{2b} et P_{2c} avancées à la figure 3) ; chacune fait référence aux idéaux de citoyenneté et de consumérisme (simultanément ou alternativement) et implique une passivité ou une activité plus ou moins grande. Si elle a des antécédents au sein de la littérature, l'expression *citoyen-consommateur* telle que nous l'utilisons est donc propre à cette recherche et s'inscrit dans la lignée de cette catégorisation. Dans le détail, ces canaux se déclinent ainsi :

- *image* : la figure du citoyen-consommateur est d'abord une image qui peut être mobilisée par différents acteurs. Elle sert alors de registre d'argumentation, soit à travers des formulations générales non fondées qui renvoient à une volonté supposée « du » consommateur ou « du » citoyen, soit à travers des appareillages méthodologiques de type statistique (sondages d'opinion, études marketing). A partir d'un échantillon de personnes interrogées, ces études donnent une photographie des préférences des citoyens-consommateurs, de leur consentement à payer, de leur connaissance de tel ou tel label. Au-delà de leurs qualités méthodologiques intrinsèques, qui

⁷ Par *acteurs*, nous entendons une unité d'analyse issue de l'empirie, dont le comportement est à la fois situé (historiquement, socialement, institutionnellement) et intentionnel (stratégique). Suivant le degré d'analyse retenu, cette unité peut désigner aussi bien des personnes individuelles (par ex. un chef de Service) qu'un collectif (par ex. un Service de l'administration), pour autant que deux conditions soit remplies : une (certaine) homogénéité interne quant aux intérêts et aux objectifs défendus (Knoepfel et al. 2006 : 45) ; une capacité d'action intentionnelle à un niveau qui dépasse les individus impliqués (Scharpf 1997 : 52).

⁸ Précisons que le rôle social de citoyen ne se limite, au sens entendu, pas aux personnes de nationalité suisse mais désigne toute personne qui peut prendre part aux processus décisionnels politiques.

⁹ Le projet « Accès des citoyens-consommateurs » bénéficie du soutien d'un *groupe d'accompagnement* composé de représentant-e-s de l'administration (Ofag), des milieux agricoles (USP), de l'industrie alimentaire (Fial), des grands distributeurs (Migros et Coop) et des consommateurs (FRC). Celui-ci se réunit sur une base semestrielle pour discuter les avancées empiriques et conceptuelles du projet.

peuvent varier fortement, elles ne prennent sens au sein d'un processus décisionnel qu'à travers la mobilisation et l'interprétation qu'en font les acteurs. Cette catégorie peut renvoyer alternativement aux rôles sociaux de *citoyen* (références à l'opinion publique, sondages) et de *consommateur* (références aux consommateurs, études marketing), aux idéaux de citoyenneté et de consumérisme. Elle représente un canal plutôt passif (on vient solliciter le citoyen-consommateur, puis on se charge d'interpréter et de communiquer au sujet de ses préférences).

> *occurrences empiriques* : références générales à l'opinion publique ou aux préférences des consommateurs ou des citoyens au sein des discours, communiqués de presse, activités de lobbying ; sondages d'opinion ; études marketing ; recherches scientifiques.

> *exemple récent* : en novembre 2014, Migros a annoncé élargir son offre de produits issus de l'agriculture biologique, invoquant une enquête de l'institut Link indiquant que trois quarts de la population consommera davantage d'aliments naturels à l'avenir¹⁰.

> *risque* : captation et instrumentalisation (par des acteurs qui poursuivent leurs propres intérêts et parlent au nom des citoyens et/ou des consommateurs).

- *citoyen* : le citoyen-consommateur peut également intervenir en participant directement aux processus décisionnels, soit par le biais d'instruments démocratiques traditionnels du système suisse (initiatives ou referendums, pétitions), soit de dispositifs participatifs plus dialogiques (conférences citoyennes ou budgets participatifs par exemple). Cette facette renvoie au rôle social de *citoyen* et s'inscrit au sein du premier grand récit documenté. Elle recouvre des comportements plus (dispositifs dialogiques) ou moins (menaces de referendum qui ne se concrétisent pas) actifs, avec toute une série de déclinaisons intermédiaires.

> *occurrences empiriques* : procédures de referendum ou d'initiative (récoltes de signature, dépôts, votations) ; menaces de referendum ou d'initiative ; conférences citoyennes, budgets participatifs et autres dispositifs dialogiques.

> *exemple récent* : en 2014, quatre initiatives populaires autour de l'agriculture sont lancées en Suisse : l'initiative des jeunes socialistes « *Pas de spéculation sur les biens alimentaires* » (déposées en mars) ; l'initiative de l'USP « *Pour la sécurité alimentaire* » (déposée en juillet) ; l'initiative des Verts « *Pour des aliments équitables* » (lancée en mai) ; et l'initiative d'Uniterre « *Pour la souveraineté alimentaire* » (lancée en septembre)¹¹.

> *risque* : captation et instrumentalisation (machine à fabriquer du consentement sans incidence réelle sur le processus) ; manque de ressources (cognitives, temporelles) pour s'investir véritablement ; dynamiques de cooptation (dans la sélection des 'participants').

- *acheteur* : le citoyen-consommateur participe encore par ses actes d'achat. Ces pratiques, qui s'inscrivent au sein du deuxième grand récit, consacrent l'hybride du citoyen-consommateur. Elles se situent plutôt du côté 'actif' du continuum, en ce sens qu'elles supposent une action concrète (l'acte d'achat). Si elles sont par définition individuelles (il faut alors entrer dans les motivations de chacun), ces pratiques prennent un sens différent lorsqu'elles sont agrégées (à travers des statistiques de vente où des études qui pénètrent véritablement l'acte d'achat¹²) ou coordonnées (campagnes de *boycott* ou de *buycott*). Dans le cadre de cette recherche, la focale sera essentiellement placée sur ces deux derniers aspects, en raison de la difficulté à effectuer le détour par l'intériorité des acteurs nécessaire à une analyse de leurs motivations individuelles.

¹⁰ Source : Presseportal.ch (6 novembre 2014) et « Sondage public sur les habitudes alimentaires » de l'Institut LINK, réalisé auprès de 1'142 personnes.

¹¹ Source : La Liberté (1 octobre 2014).

¹² C'est le cas des études qui utilisent la méthode dite de l'évaluation contingente (voir par ex. Réviron & Bolliger 2009), qui préconise d'interroger les consommateurs au plus près de l'acte d'achat.

> *occurrences empiriques* : campagnes de boycott et de buycott ; actes d'achat compilés par des statistiques de ventes ; études au plus près de l'acte d'achat.

> *exemple récent* : périodiquement, le commerce de détail se réorganise pour s'adapter aux préférences de sa clientèle. Dans cette perspective, Migros a équipé une cinquantaine de ses clients d'une caméra sur la tête afin de pénétrer au plus près de leurs habitudes de consommation. Ces tests ont débouché sur une nouvelle conception du placement des produits, mise à l'essai dans une filiale¹³.

> *risque* : manipulation des actes d'achat (en particulier par la publicité) ; manque de ressources (cognitives, financières) pour effectuer un choix en connaissance de cause.

- *groupe d'intérêt* : les citoyens-consommateurs interviennent, enfin, par le truchement des groupes de pression qui représentent leurs intérêts auprès de l'administration, des autorités politiques et des autres acteurs de la chaîne agro-alimentaire. Ces *groupes d'intérêts* constituent, en fait, l'un des canaux classiques à travers lequel les citoyens expriment leurs opinions au sein des processus décisionnels. Ils font l'objet d'une littérature abondante (voir Baumgartner & Leech 1998). Ce canal renvoie à la fois aux rôles sociaux de consommateur et de citoyen. Il se situe autour du centre du continuum '*passif – actif*' : les citoyens-consommateurs ne sont ni totalement passifs (ils participent, lorsqu'ils sont membres, aux orientations prises par leur association), ni totalement actifs (les actes concrets sont menés par l'association et ses représentants).

occurrences empiriques : ensemble des activités de communication, de lobbying formel et informel, d'information menées par les principaux groupes de défense des intérêts des consommateurs (en Suisse : FRC, SKS, acsi, Konsumenten Forum).

exemple récent : en vue des élections fédérales de 2015, l'Alliance des consommateurs (qui regroupe FRC, SKS et acsi) entend évaluer les parlementaires en fonction de leur soutien aux causes qu'elle défend. Divers objets seront analysés et, sur cette base, des recommandations de vote seront émises¹⁴.

risque : manque de ressources (financières, matérielles, cognitives) qui empêchent un accès réel ; dynamiques de cooptation (relations privilégiées entre certains acteurs)

Implications pour l'analyse empirique

Concrètement, nous proposons d'interpréter la réalité à travers le prisme de cette typologie, dont l'intérêt est d'une part de rassembler heuristiquement les différentes facettes que l'on peut associer à la figure du citoyen-consommateur et, d'autre part, d'identifier de manière générique certains obstacles (que l'on retrouve au sein des propositions théoriques formulées à la figure 3) : instrumentalisation (P_{2a}) ; manque de ressources (P_{2b}) ; cooptation (P_{2c}). Il s'agira, pour chaque occurrence empirique indiquant une forme de participation, de déterminer à quel canal elle peut être rattachée. Cela permettra aussi bien de vérifier la pertinence de la typologie (et, le cas échéant, de l'amender) que d'évaluer l'importance respective des quatre catégories. Afin de déterminer si les idéaux de consumerisme et de citoyenneté sont placés sur un plan d'égalité, il s'agira également d'identifier pour chaque occurrence si l'un ou l'autre s'avère prépondérant. Les différents actes de participation listés devront, enfin, être qualifiés en fonction de leur caractère plus ou moins actif (respectivement passif) afin de les positionner sur l'axe *participation* de la figure 3.

Cet exercice de qualification sera présenté sous la forme d'un tableau synthétique :

¹³ Source : La Tribune de Genève (26 octobre 2014).

¹⁴ Source : La Liberté (16 décembre 2014).

Tableau 1 : analyse des canaux de participation

Date	Occurrence empirique	Canal de participation	Idéal prépondérant	Passif-Actif
	Description	1 à 4	citoyenneté ou consumérisme ?	position sur l'axe

2.3 Mesurer l'influence (Q1b)

« Aujourd'hui plus que jamais, l'influence des citoyens-consommateurs se fait sentir dans la direction prise par les systèmes alimentaires ». Voilà en substance ce que l'on pourrait retenir des trois grands récits qui constituent le cœur de notre réflexion. Mais qu'est-ce que l'« influence » ? Comment se manifeste-t-elle empiriquement et comment l'évaluer ? Si les citoyens-consommateurs participent effectivement davantage aux processus décisionnels (ce qui reste à déterminer), cela se traduit-il effectivement au niveau de la substance des décisions ?

L'influence représente pour l'analyse des processus politiques ce que la force est à l'étude du mouvement (March 1955 : 432) : une explication générique du phénomène observé, une variable fondamentale pour en saisir la structure et les logiques inhérentes. Distincte du *pouvoir* en ce qu'elle interroge l'exercice qui en est fait (voir ci-après), la question apparaît d'autant plus essentielle qu'elle fait le lien entre les rapports de force et les interactions entre acteurs, d'un côté, et le contenu des politiques publiques, de l'autre – c'est-à-dire entre *politics* et *policies*. S'intéresser à l'influence, c'est donc s'intéresser aux impacts concrets d'un mouvement social, d'un dispositif participatif, de la mobilisation d'un groupe d'intérêt, à la manière dont leurs revendications et leurs actions se traduisent au sein d'un processus politique et de la décision qui en constitue l'aboutissement. Son analyse apparaît, en résumé, nécessaire en ce qu'elle permet de dépasser une approche statique pour *considérer empiriquement le degré d'ouverture d'un système décisionnel*.

Véritable pierre angulaire d'une science politique centrée sur les acteurs¹⁵, l'influence en constitue pourtant l'un des principaux points d'achoppement, à tel point que certains n'hésitent pas à parler de « *promesse chimérique* », invitant à renoncer à « *mesurer l'immesurable* » (Baumgartner & Leech 1998 : 37). Le concept est, il est vrai, éminemment contesté et délicat à opérationnaliser. La question de sa définition est souvent éludée et son évaluation réalisée par le biais de proxys imprécis ou insatisfaisants (Betsill & Corell 2001). Il faut dire que les difficultés soulevées sont nombreuses, découlant de complexités à la fois empiriques et méthodologiques (voir par ex. Dür & de Bièvre 2007 ; Lowery 2013) : risque de sur- ou de sous-détermination de l'impact de tel ou tel acteur ; difficulté de contrôler l'effet d'autres variables ; diversité des canaux par lesquels un acteur peut exercer de l'influence ; invisibilité de certaines manifestations (non-décision).

Il serait toutefois bien singulier de renoncer, face à ces difficultés, à poser une question aussi centrale. N'est-ce pas en effet le but de la recherche en sciences sociales que de faire face à de tels défis ? N'est-ce pas l'objet des outils conceptuels et méthodologiques propres à la démarche scientifique que de permettre d'y répondre ? Partant du principe que la complexité d'une notion ne doit pas la rendre impropre à une réflexion scientifique, la présente recherche développe une approche visant à évaluer *l'influence de la participation des citoyens-consommateurs*. Elle combine pour ce faire une littérature empruntant aussi bien à des ouvrages classiques (March 1955 ; Banfield 1961 ;

¹⁵ Dahl & Stinebrickner (2003 : 34) vont jusqu'à souligner que « *all politics is the exercise of influence* ».

Dahl 1961 ; Dahl & Stinebrickner 2003) qu'à des contributions plus spécifiques issues des relations internationales (Cox & Jacobson 1973 ; Arts & Verschuren 1999 ; Betsill & Corell 2001 ; Schunz 2010), de même qu'à des recherches sur les groupes d'intérêts (Dür & de Bièvre 2007 ; Woll 2007 ; Dür 2008, 2009 ; Lowery 2013 ; Rasmussen 2013) ou sur la démocratie délibérative (Goodin & Dryzek 2006 ; Hendriks et al. 2007 ; Papadopoulos 2012).

La démarche procède en trois temps. Premièrement, le concept d'*influence* est défini, ses frontières avec d'autres notions connexes (le *pouvoir* et les *stratégies*) délimitées, et ses différentes dimensions identifiées. Deuxièmement et sur cette base, une méthodologie fondée sur une analyse processuelle est retenue. Enfin troisièmement, les implications pour l'analyse empirique sont résumées sous la forme d'un protocole de recherche en cinq étapes.

Éléments de définition

La définition de l'influence engendre controverses et confusions depuis plus d'un demi-siècle au sein de la littérature, et les auteurs soulignent périodiquement le chemin qu'il reste à parcourir – voir par ex. Dahl (1961 : 330), Baumgartner & Leech (1998 : 36) ou Schunz (2010). De manière plus gênante, il semble que le concept – peut-être parce qu'il est issu du langage courant – soit trop souvent laissé insuffisamment défini (Betsill & Corell 2001, Dahl & Stinebrickner 2003). Or une telle définition est absolument nécessaire, non seulement pour guider la recherche empirique mais également par honnêteté intellectuelle, afin de ne pas entretenir – sciemment ou non – la confusion terminologique. Sans prétendre résoudre toutes les controverses, notre ambition est donc ici de définir méticuleusement l'acceptation retenue dans le cadre de cette recherche.

En premier lieu et quoique les deux termes soient parfois utilisés alternativement, l'influence doit être distinguée du pouvoir (Schunz 2010 : 25). Le pouvoir représente en effet une capacité (« *ability* ») alors que l'influence décrit, pour utiliser un mauvais anglicisme, une « actualité » (« *actuality* »), soit un résultat concret. Le passage de l'un à l'autre, la matérialisation du pouvoir en influence, suppose une certaine activité (« *activity* »), même passive. En reprenant et développant cette logique, qui bénéficie à notre sens de fondements théoriques solides, nous proposons d'inscrire le concept d'influence au sein du triptyque sémantique suivant : *pouvoir* (comme capacité abstraite) - *stratégie* (comme activité) - *influence* (comme impact décisionnel concret). Plus en détail, ces trois notions se définissent et s'articulent de la manière suivante :

Pouvoir Le pouvoir désigne une capacité d'action, que l'on peut appréhender à travers l'agrégation des ressources d'action à disposition d'un acteur (voir par ex. Dahl 1961 : 223ss ; Knoepfel et al. 2006 : 68ss). Il est *inégalement réparti*, en ce sens que tous les acteurs ne disposent pas d'un portfolio de ressources équivalent. La présente recherche adopte, sur ce point, une perspective qui relève d'un '*very unbalanced pluralism*' (Hill 2005 : 50) : elle reconnaît l'existence de sources de pouvoir multiples tout en insistant sur le caractère fondamentalement inégalitaire de sa répartition. Le pouvoir est également *abstrait*, en ce sens qu'il doit encore être mobilisé pour être converti en influence (Cox & Jacobson 1973 : 4). En clair, le pouvoir peut être mobilisé, mais tel n'est pas nécessairement le cas. Il n'est donc qu'une *source potentielle* d'influence (Dahl 1961 : 271).

Stratégie Une stratégie désigne une *tentative d'influence*, soit la mobilisation d'une ou de plusieurs ressources d'action dans le but de convertir le pouvoir (abstrait) en influence (concrète). Une stratégie peut viser divers objectifs et divers acteurs, passer par divers canaux ; il existe donc une multitude de stratégies possibles (voir par ex. Banfield 1961 : 316-317 ; Goodin & Dryzek 227-237). Pour maximiser son influence dans un cas précis, il s'agit d'employer la stratégie la plus adéquate compte tenu du contexte, des autres acteurs en présence, du problème traité (Dür 2009).

Influence L'influence désigne la *matérialisation du pouvoir en effets concrets*, soit l'aboutissement total ou partiel de la stratégie poursuivie. D'une manière générale, l'influence est ainsi perçue comme l'atteinte d'un résultat (Banfield 1961 : 5), l'impulsion d'un changement (March 1955 : 434). En tant que telle, elle suppose toujours un auteur et une cible. Sur ce dernier point, les auteurs divergent généralement suivant qu'ils mettent l'accent sur un *objet* – influence sur la substance d'une décision, d'une politique publique, d'un *outcome* (voir par ex. Dür & de Bièvre 2007, Woll 2007, Hendricks et al. 2007) – ou sur un *sujet* – influence sur le comportement d'un autre acteur (voir par ex. March 1955, Banfield 1961, Cox & Jacobson 1973, Betsill & Corell 2001).

Sur la base de ces délimitations conceptuelles et en nous inspirant librement de l'exercice de décomposition réalisé par Schunz (2010 : 25-26), nous proposons de retenir de la littérature cinq éléments qui doivent être donnés pour que l'on puisse parler d'*influence* :

1. *participation* (active ou passive) : l'influence suppose une certaine activité, elle est la conséquence de la *participation* d'un acteur au sein du processus décisionnel. Plus ou moins active, cette participation peut passer par différents canaux et stratégies – en particulier, dans le cas des citoyens-consommateurs, par les quatre canaux identifiés au point 2.2. Dans certains cas, la présence passive d'un acteur perçu comme puissant peut suffire pour influencer un processus, notamment lorsque ses préférences sont connues ou que les autres acteurs anticipent ses actions (on parle alors d'influence structurelle, cf. Rasmussen 2013 : 68).
2. *interaction* : il faut, ensuite, que la participation s'inscrive dans un processus d'interactions : même si elle vise *in fine* un impact décisionnel (i.e., un objet), toute tentative d'influence est dirigée vers un autre acteur (i.e., un sujet). Peu importe à cet égard que ces interactions soient consensuelles ou conflictuelles. L'enjeu est qu'elles existent, que le processus implique plusieurs acteurs dont les intérêts, les stratégies et les ressources à disposition divergent. Une étude-consommateur ne revêt, par exemple, qu'un intérêt limité si (ou plutôt tant) qu'elle n'est pas mobilisée dans un débat contradictoire ; de même, l'implication d'un groupe d'intérêt n'a de sens que si elle est dirigée vers d'autres acteurs (le grand public, les acteurs politiques, les autres groupes d'intérêt).
3. *inflexion* : il doit, troisièmement, y avoir *inflexion* du processus. Ces points représentent des moments charnières, auxquels les processus décisionnels partent dans une certaine direction *alors qu'ils auraient pu partir dans une autre*. Inflexion ne signifie pas, il est important de le préciser, qu'il y ait nécessairement *changement*. Au contraire, le *statu quo* (soit une situation de non-décision) peut également constituer un moment déterminant pour expliquer la trajectoire d'un processus (Bachrach & Baratz 1963).
4. *temporalité* : la participation doit, dans la séquence des événements, précéder les points d'inflexion. Cela ne veut toutefois pas dire que l'enchaînement des événements soit mécanique et direct. Cet aspect, en apparence évident, implique au contraire de prêter une attention particulière au caractère potentiellement diffus et temporellement dispersé de l'influence (Hendriks et al. 2007).
5. *causalité* : au-delà de ce seul aspect temporel, l'influence suppose enfin un lien de causalité entre la participation (point 1) et l'inflexion du processus (point 3) (voir par ex. Betsill & Corell 2001 : 71 ; Woll 2007 : 61 ; Schunz 2010 : 26) : celle-ci doit pouvoir, au moins en partie, être attribuable à celle-là et non pas uniquement à d'autres éléments (actions d'autres acteurs, événements extérieurs, changements institutionnels par exemple).

Vers une méthode fondée sur une analyse processuelle

De ces réflexions résultent au moins trois impératifs méthodologiques. Il est, premièrement, insuffisant de mesurer le *pouvoir* et les *stratégies* déployées pour appréhender l'*influence* de tel ou tel acteur. Ces éléments, s'ils ne sont pas dénués d'intérêt, ne disent en effet rien sur l'influence effective (Betsill & Corell 2001 : 69 ; Rasmussen 2013 : 59) : non seulement un acteur peut-il ne mobiliser que partiellement (ou pas du tout) le pouvoir dont il dispose, mais rien n'indique en outre que ses stratégies se manifesteront en influence. Une approche purement positionnelle (dans la lignée de Mills 1956), qui évalue la position d'un acteur dans un contexte déterminé et en déduit son influence, est en ce sens insuffisante. Il faut, clairement, faire un pas plus loin et dépasser une analyse de ce que les acteurs pourraient faire (*pouvoir*) pour examiner, d'une part, ce qu'ils font effectivement (*stratégies*) et, d'autre part, les résultats qu'ils parviennent à atteindre (*influence*).

Il est, secondement, insatisfaisant de se limiter à mesurer la conformité aux objectifs poursuivis (méthode dite du *degree of preference attainment*, cf. Dür 2008 : 566ss). Il ne suffit en effet pas de savoir si une décision est conforme aux objectifs d'un acteur ; encore faut-il, pour qu'il y ait influence, que cet *outcome* spécifique puisse être liée aux actions entreprises par l'acteur en question (voire à une anticipation de ses actions). L'établissement de ce lien de causalité est complexe, mais essentiel pour éviter le risque de sur-détermination de l'influence d'un acteur.

Troisièmement, ainsi que cela découle du point précédent, il apparaît essentiel de considérer en détail les processus d'interaction qui aboutissent aux points d'inflexion identifiés. Il est, à cet égard, insuffisant d'observer en vase-clos les actions d'un acteur A, voire les interactions entre cet acteur A et un acteur B. Au contraire, une multitude de variables entrent en jeu et expliquent possiblement la trajectoire des processus décisionnels ; il est dès lors nécessaire de les prendre en compte. Une approche uniquement réputationnelle (dans la lignée de Hunter 1953, cf. March 1955 ; Dür 2008 : 565-566), qui évalue l'influence d'un acteur sur la base des perceptions des autres acteurs, apparaît en ce sens également imparfaite, dans la mesure où elle tend à occulter ces processus d'interaction (Schunz 2010 : 27).

S'intéresser à l'influence nécessite dès lors une méthode qui aille au-delà d'une perspective statique en termes de rapports de force (approche positionnelle) ou d'influence attribuée (approche réputationnelle) pour privilégier une analyse dynamique des processus par lesquels les acteurs mobilisent les ressources à leur disposition, développent des stratégies parfois originales, construisent des alliances, négocient des compromis (approche décisionnelle ou, mieux, « processuelle », dans la lignée de Dahl 1961). Une méthode, en résumé, centrée sur l'analyse des *processus sociaux et politiques* aboutissant (dans le cas présent) aux décisions politiques et commerciales orientant les systèmes alimentaires vers plus ou moins de durabilité. Cette méthode, que nous désignerons sous le nom générique de *process-tracing* (voir en particulier le texte fondateur de George & Bennett 2005, mais également Hall 2008) sans nécessairement partager tous les présupposés positivistes qui y sont associés, est intéressante en ce qu'elle suppose d'entrer dans la singularité d'un cas pour en reconstruire l'enchaînement des séquences.

Quoiqu'elles ne soient pas dominantes (Betsill & Corell 2001 : 72) et apparaissent critiquables à certains égards (en particulier sous l'angle de leur lourdeur et de leur limitation à un petit nombre de cas, cf. Dür 2008 : 563-565), les méthodes centrées sur une analyse processuelle nous apparaissent les mieux à même de mesurer finement l'influence – elles sont, d'ailleurs, défendues par un certain nombre d'auteurs (e.g. Betsill & Corell 2001 ; Woll 2007 ; Schunz 2010 ; Papadopoulos 2012). Elles seules permettent, en effet, de considérer la réalité empirique dans toute sa complexité, de rendre visible l'invisible, la diversité des canaux d'influence, les facteurs contextuels ; elles seules permettent d'identifier les mécanismes concrets à travers lesquels les acteurs influencent (ou non) les modalités concrètes de l'action publique (dépassant une perspective purement corrélacionnelle et évitant par ce biais les risques de sur- ou de sous-détermination).

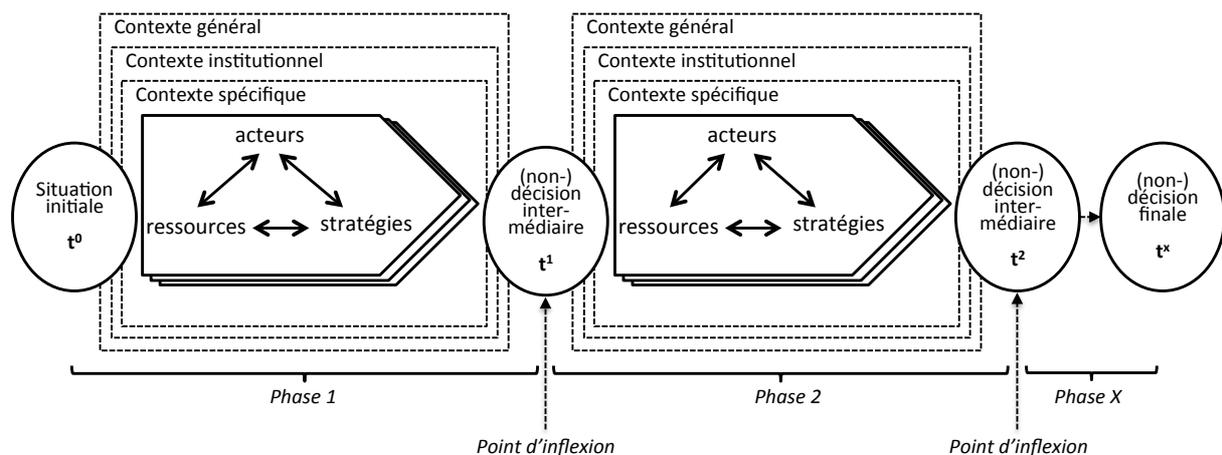
Implications pour l'analyse empirique

Concrètement, nous proposons d'appliquer une méthode qui part de l'identification des principaux points d'inflexion au sein d'un processus décisionnel pour, ensuite, remonter sur les raisons qui expliquent cette trajectoire. Nous ne partons donc pas des citoyens-consommateurs mais remontons vers ces derniers, afin d'éviter le risque de mésinterpréter la réalité empirique en raison d'une focale de départ déformée. Ces points d'inflexion se conçoivent à la fois comme conclusion de sous-processus et, au sein d'un processus de création normative continu et circulaire (Lascoumes 1990), comme le point de départ d'autres sous-processus. Ils délimitent, en ce sens, différentes phases (i.e., sous-processus) au sein du processus décisionnel étudié.

Pour chaque phase, une attention particulière devra être donnée aux variables exogènes (i.e., contextuelles) et endogènes (i.e., actuelles) des sous-processus. S'agissant des premières, l'accent sera mis sur les événements survenant au sein de trois niveaux imbriqués de contextes (en suivant en cela Bressers & de Boer 2013) : contexte général (socio-économique, politique, culturel) ; institutionnel ; et spécifique. Quant aux secondes, elles se concentreront sur l'identification de trois variables qui déterminent la nature des interactions entre acteurs (Schweizer 2014) : la configuration des acteurs ; leurs ressources d'action ; et leurs stratégies. Sans prétendre à une analyse exhaustive, il s'agira de reconstruire de manière ciblée quels éléments semblent, parmi ces variables, déterminants pour expliquer les inflexions du processus décisionnel.

La figure 4 résume la logique générale de l'analyse :

Figure 4 : analyse de l'influence fondée sur une analyse processuelle



Sur cette base, un protocole de recherche en cinq étapes – bien entendu indicatives et susceptibles d'être adaptées – est proposé pour qualifier l'influence des citoyens-consommateurs :

1. *décrire la situation initiale au sein de laquelle le processus décisionnel émerge*
2. *identifier les points d'inflexion et diviser le processus décisionnel en phases*
3. *pour chaque phase, analyser le (sous-)processus sous l'angle des éléments contextuels pertinents, d'une part, et des interactions entre acteurs, d'autre part*
4. *sur cette base, déterminer les éléments déterminants pour expliquer la trajectoire du processus décisionnel analysé*
5. *évaluer dans quelle mesure ces éléments peuvent être rattachés à l'un des quatre canaux de participation identifiés et qualifier l'influence des citoyens-consommateurs*
6. *enfin, qualifier le degré d'accès (Q₁) et identifier les principaux obstacles (Q₂)*

3. CONSIDÉRATIONS MÉTHODOLOGIQUES

3.1 Méthode de recherche et récolte des données

Les grands récits documentés seront confrontés à la réalité empirique à travers la comparaison et l'analyse approfondie d'un petit nombre de processus décisionnels, eux-mêmes divisés en sous-processus (cf. figure 4). Ceux-ci doivent permettre, d'une part, d'évaluer et de confronter les variations au niveau du phénomène empirique étudié (i.e., *degré d'accès des citoyens-consommateurs aux processus décisionnels*) et, d'autre part, de pénétrer la boîte noire représentée à la figure 3 (i.e., *d'identifier les obstacles à un degré d'accès accru*). Pour le dire autrement, la méthode adoptée se veut à la fois *centrée sur les cas* et *comparative*.

Elle est *centrée sur les cas* dans la mesure où elle cherche à entrer dans la complexité et la singularité des processus étudiés. L'unité d'analyse retenue est celle du *cas*, défini comme un phénomène empirique (plus ou moins clairement) délimité, composé de configurations complexes et hétérogènes d'événements, de structures et de variables (Ragin 2000 : 57). L'enjeu est, en clair, de privilégier la profondeur et l'épaisseur de l'analyse pour décrire, comprendre et expliquer les processus décisionnels dans chaque *cas* analysé. Cette perspective, assimilable à une méthode dite de *process-tracing*, est rendue nécessaire par notre objet d'étude et nos questions de recherche, ainsi que nous l'avons expliqué au point 2.3. L'aspect *comparatif* permet, quant à lui, de dépasser la singularité des cas pour remonter en généralité (Hall 2008 : 315). Plus précisément, il suppose d'identifier des régularités empiriques afin de dégager des manières plausibles et récurrentes qu'ont les événements de s'imbriquer, se succéder et s'influencer réciproquement. Sur cette base, un panorama général de la situation empirique sera dressé avant que, dans un second temps, un regard réflexif puisse être porté sur les grands récits identifiés.

D'un point de vue méthodologique, nous fonderons notre recherche sur un protocole qualitatif de récolte des données mêlant entretiens semi-directifs (10 à 15 par cas)¹⁶ et analyse documentaire (sources primaires et secondaires)¹⁷. La récolte des données sera, pour le surplus, articulé autour de trois impératifs communément admis (voir Schweizer 2014) : l'impératif de *triangulation*, qui suppose de croiser les sources afin d'optimiser la rigueur, la précision et la profondeur des interprétations réalisées ; l'impératif de *saturation*, qui suppose de récolter un nombre d'observations permettant d'atteindre le seuil où la récolte de données semble redondante ; et enfin l'impératif de *validation*, qui suppose de soumettre les observations empiriques et les interprétations qui en sont faites à l'appréciation des acteurs concernés¹⁸.

¹⁶ Ces entretiens, réalisés sur la base d'une grille souple, sont enregistrés. Ils font l'objet d'une retranscription sélective en ce sens qu'il ne s'agit pas de livrer les données brutes (retranscription mot à mot), mais de cibler d'emblée les éléments pertinents. L'entretien n'a en effet pas pour but la réalisation d'une analyse de contenu, mais fonctionne comme source d'information dans une logique de triangulation (cf. ci-après). Cette retranscription, de même que les données relatives à chaque entretien, sont compilées au sein d'une *fiche de contact*.

¹⁷ Seront considérés aussi bien des documents publics (rapports de l'administration, débats parlementaires, communiqués de presse, articles de presse, etc.) que, dans la mesure de leur disponibilité, des documents internes non publiés (archives, PV de séances, études consommateurs, etc.).

¹⁸ Le groupe d'accompagnement du projet, mentionné à la note 9, jouera à cet égard un rôle fondamental.

3.2 Cas retenus

Les cas retenus pour l'analyse sont au nombre de quatre. Centrés sur un (ensemble de) processus décisionnel(s) supposé(s) orienter les systèmes alimentaires vers plus de durabilité (ou tout au moins présentés comme tels), ces cas traitent de quatre grandes thématiques discutées en Suisse ces vingt-cinq dernières années : le Swissness, l'agriculture biologique, l'étiquetage carbone et la restauration collective. Ils renvoient à une série de décisions (ou d'étapes décisionnelles) interconnectées, adoptées aussi bien par des acteurs publics (fédéraux ou cantonaux, politiques ou administratifs) que privés (milieux agricoles, industrie agro-alimentaire, grande distribution).

La sélection des cas a été réalisée selon une logique en deux étapes. Il s'est, premièrement, agi d'établir une sélection préalable sur la base de *critères de similarité* qui visaient à garantir, à travers un certain nombre de dénominateurs communs, la pertinence, la comparabilité et la faisabilité des cas retenus. Sur cette base, la seconde étape a appliqué des *critères de différenciation* permettant d'interroger des processus décisionnels et des contextes variés afin de rendre plausible, par la comparaison, un potentiel de généralisation plus large. Le tableau 2 résume les critères appliqués :

Tableau 2 : logique et critères de sélection des cas

Etape 1 : critères de similarité	Etape 2 : critères de différenciation
<ul style="list-style-type: none">• décisions orientant les systèmes alimentaires vers plus de durabilité• décisions qui concernent des produits disponibles sur le marché suisse• accès (<i>a priori</i>) suffisants à la documentation nécessaire	<ul style="list-style-type: none">• décisions qui renvoient à des facettes différentes de la durabilité (économique, environnementale, sociale)• décisions dont les processus diffèrent, tant au niveau de leur impulsion, de leur échelle et de leur temporalité que des acteurs (<i>a priori</i>) impliqués

Les cas retenus sur cette base sont les suivants :

- Le cas *Swissness* traite des conditions d'utilisation de la désignation et de la croix suisses sur les denrées alimentaires. Il vise à analyser un processus législatif mené au niveau fédéral. Initié en 2006 par deux postulats parlementaires, celui-ci a suscité de vifs débats entre les différents acteurs de la chaîne alimentaire, voyant finalement naître une alliance entre milieux agricoles et associations de défense des consommateurs. S'il renvoie prioritairement à des enjeux économiques et sociaux (répartition de la valeur ajoutée du Swissness et souveraineté alimentaire), ce processus s'inscrit également dans des débats environnementaux (haute qualité environnementale dans l'agriculture suisse et transports courts).
- Le cas *Agriculture biologique* s'intéresse au développement d'une agriculture respectueuse de l'environnement. Ancré sur la longue durée, il remonte aux origines du mouvement bio pour en analyser la matérialisation à la fois commerciale et politique au cœur des années 1990, en particulier à travers le lancement de Naturaplan par Coop (en 1993) et l'adoption de l'Ordonnance sur l'agriculture biologique (en 1997). Le cas renvoie principalement à la dimension environnementale de la durabilité, quoique des enjeux économiques (différenciation des produits) et sociaux soient également présents.

- Le cas *Etiquetage carbone* traite des initiatives récentes de labellisation climatique dans le secteur agro-alimentaire. Le plus souvent privées, ces dernières se déploient soit à l'échelle du produit (étiquetage carbone en tant que tel) soit de manière plus intégrée à l'échelle de l'entreprise (fixation d'objectifs de réduction d'émissions par exemple). Focalisé sur les deux grands distributeurs que sont Coop et Migros, le cas cherchera à documenter les raisons qui les poussent à s'orienter vers l'une ou l'autre de ces stratégies, cumulativement ou alternativement. Les principaux enjeux soulevés sont, dans ce cas-ci, écologiques ; ils s'inscrivent dans le cadre des politiques de lutte contre le changement climatique.
- Le cas *Restauration collective* s'intéresse à l'approvisionnement des restaurants des collectivités publiques en produits issus de l'agriculture locale. Menées au niveau cantonal, ces initiatives se diffusent progressivement à travers la Suisse à partir du canton de Genève, qui a lancé en 2009 son label « Genève Région Terre Avenir ». L'idée sera de comparer ce cas – pionnier – avec une initiative plus récente, du point de vue de leurs impulsions, des acteurs impliqués, et de la place particulière que revêt le consommateur dans le domaine de la restauration collective. Ce cas renvoie aussi bien à des enjeux économiques (en raison de l'importance de la demande dans le domaine) et environnementaux (court transport et saisonnalité en particulier).

RÉFÉRENCES

- Arts B. & Verschuren P. (1999). Assessing political influence in complex decision-making: An instrument based on triangulation. *International Political Science Review*, vol. 20 (4), pp. 411-424.
- Bachrach P. & Baratz M. S. (1963). Decisions and nondecisions: an analytical framework. *The American Political Science Review*, vol. 57 (3), pp. 632-642.
- Bacqué M.-H., Rey H. & Sintomer Y. (2005). La démocratie participative, un nouveau paradigme de l'action publique ? In Bacqué M.-H., Rey H. & Sintomer Y. (Eds). *Gestion de proximité et démocratie participative. Une perspective comparative*. Paris : La Découverte, pp. 9-46.
- Balsiger P. (2013). *Embedding 'Political consumerism: a conceptual critique*. EUI Working papers, no 13, European University Institute.
- Banfield E. (1961). *Political Influence*. New Brunswick & London : Transaction Publishers.
- Barham E. (2002). Towards a theory of values-based labeling. *Agriculture and human values*, vol. 19 (4), pp. 349-360.
- Barnett C., Cloke P., Clarke N. & Malpass A. (2005). Consuming ethics: articulating the subjects and spaces of ethical consumption. *Antipode*, vol. 37 (1), pp. 23-45.
- Baumgartner F. R. & Leech B. L. (1998). *Basic interests. The importance of groups in politics and in political science*. Princeton: Princeton University Press.
- Benz A. & Papadopoulos Y. (Eds) (2006). *Governance and Democracy. Comparing national, European and international experiences*. Londres : Routledge.
- Betsill M.M. & Corell E. (2001). NGO influence in international environmental negotiations : a framework for analysis. *Global Environmental Politics*, vol. 1 (4), pp. 65-85.
- Boisseaux S. (2007). Interstices et pluralisme limité : la gestion des produits du terroir en Suisse. In Faure A. et al. (Eds). *Action publique et changements d'échelles : les nouvelles focales du politique*. Paris : L'Harmattan, pp. 219-234.
- Boisseaux S. (2012). *Les Appellations d'origine et Indications géographiques en Suisse, 1990 – 2006. Politisation, institutionnalisation, nouveaux pouvoirs*. Zürich : Rüegger.
- Blondiaux L. (2008). *Le nouvel esprit de la démocratie. Actualité de la démocratie participative*. Paris : Seuil.
- Blondiaux L. & Sintomer Y. (2002). L'impératif délibératif. *Politix*, no 57, pp. 17-35.
- Bressers H. & de Boer C. (2013). Contextual Interaction Theory for assessing water governance, policy and knowledge transfer. In: de Boer C. et al. (eds). *Water governance, policy and knowledge transfer: international Studies on contextual water management*. Oxford: Routledge, pp. 36-54.
- Chappuis J.-M., Barjolle D. & Eggenschwiller C. (2008). *L'agriculture dans son nouveau rôle*. Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes.
- Cox R.W. & Jacobson H.K. (1973). The framework for inquiry. In Cox R.W. & Jacobson H.K. (Eds). *The Anatomy of influence. Decision making in international organization*. New Haven : Yale University Press, pp. 1-36.

- Dahl R.A. (1961). *Who governs ? Democracy and power in an American city*. New Haven & London : Yale University Press.
- Dahl R.A. & Stinebrickner B. (2003). *Modern political analysis*. 6h Edition, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Dickinson R. & Carsky M. (2006). The consumer as economic voter. In Harrison R., Newholm T. & Shaw D. (Eds.). *The ethical consumer*, Thousand Oaks: Sage, pp. 25–36.
- Dickinson R. & Hollander S. C. (1991). Consumer votes. *Journal of Business Research*, vol. 22 (4), pp. 335–346.
- Dür A. (2008). Measuring interest group influence in the EU. *European Union Politics*, vol. 9 (4), pp. 559-576.
- Dür A. (2009). Interest groups in the European Union: how powerful are they? *West European Politics*, vol. 31 (6), pp. 1212-1230.
- Dür A. & de Bièvre D. (2007). The question of interest group influence. *Journal of Public Policy*, vol. 27 (1), pp. 1-12.
- Faure A., Glassey O. & Leresche J.-P. (2010). Démocratie participative et démocratie différentielle. *Métropoles* [En ligne], 7 | 2010, URL: <http://metropoles.revues.org/4173>.
- George A. & Bennett A. (Eds) (2005). *Case studies and theory development in the social sciences*. Cambridge: MIT Press.
- Giauque D. & Emery Y. (2008). *Repenser la gestion publique. Bilan et perspectives en Suisse*. Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes.
- Goodin R.E. & Dryzek J.S. (2006). Deliberative impacts: The macro-political uptake of mini-publics. *Politics & Society*, vol. 34 (2), pp. 219-244.
- Guex S. (1995). Union suisse des paysans et bloc bourgeois. *Les Annuelles*, Lausanne : Université de Lausanne.
- Guthman J. (2008). Neoliberalism and the making of food politics in California. *Geoforum*, vol. 39 (3), pp. 1171-1183.
- Hall P. A. (2008). Systematic Process Analysis: When and How to Use It. *European Political Science*, vol. 7 (3), pp. 304-317.
- Harrison R., Newholm T. & Shaw D. (2005). *The ethical consumer*. London : Sage.
- Hendriks C.M., Dryzek J.S. & Hunold C. (2007). Turning up the heat: Partisanship in deliberative innovation. *Political Studies*, vol. 55 (2), pp. 362-383.
- Hermet G. (2004). Un régime à pluralisme limité ? A propos de la gouvernance démocratique. *Revue française de science politique*, vol. 54 (1), pp. 159-178.
- Hill M. (2005). *The public policy process*. [4^e édition]. London : Sage.
- Horne R.E. (2009). Limits to labels : the role of eco-labels in the assessment of product sustainability and routes to sustainable consumption. *International Journal of consumer studies*, vol. 33 (2), pp. 175-182.
- Hunter F. (1953). *Community power structure. A study of decision makers*. Chapel Hill : University of North Carolina Press.

- Jaffe J. & Gertler M. (2006). Virtual vicissitudes : Consumer deskilling and the (gendered) transformation of food systems. *Agriculture and Human Values*, vol. 23 (2), pp. 143-162.
- Jobert B. (Ed.) (1994). *Le tournant néo-libéral en Europe*. Paris : L'Harmattan.
- Johnston J. (2008). The citizen-consumer hybrid: ideological tensions and the case of Whole Foods Market. *Theory and Society*, vol. 37 (3), pp. 229-270.
- Jouve B. (2005). La démocratie en métropoles : gouvernance, participation et citoyenneté. *Revue française de science politique*, vol. 55 (2), pp. 317-337.
- Knoepfel P., Larrue C. & Varone F. (2006). *Analyse et pilotage des politiques publiques*. Zurich : Verlag Rüegger.
- Kooiman J. (2003). *Governing as governance*. London: Sage.
- Lascombes P. (1990). Normes juridiques et mise en œuvre des politiques publiques. *Année Sociologique*, vol. 40, pp. 43-71.
- Le Galès P. (1995). Du gouvernement des villes à la gouvernance urbaine. *Revue Française de Science Politique*, vol.45 (1), pp. 57-95
- Lowery D. (2013). Lobbying influence: Meaning, measurement and missing. *Interest Groups and Advocacy*, vol. 2 (1), pp. 1-26.
- Lyotard J.-F. (1979). *La condition postmoderne*. Paris: Les Editions de Minuit.
- March J. G. (1955). An introduction to the theory and measurement of influence. *The American Political Science Review*, vol. 49 (2), pp. 431-451.
- Micheletti M. (2003). *Political virtue and shopping: individuals, consumerism, and collective action*. New York: Palgrave Macmillan.
- Miller P. & Rose N. (1997). Mobilizing the consumer. Assembling the subject of consumption. *Theory, Culture and Society*, vol. 14 (1), pp. 1-36.
- Mills C. W. (1956). *The Power Elite*. New York : Oxford University Press.
- Papadopoulos Y. (2012). On the embeddedness of deliberative systems: why elitist innovations matter more. In Parkinson J. & Mansbridge J. (Eds). *Deliberative Systems. Deliberative Democracy at the Large Scale*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 125-150.
- Pflieger G. (2003). Domination du consommateur et résistance du citoyen. Les tensions entre les figures de l'usager au sein du système de régulation de l'eau en France. *Flux*, no 48-49, pp. 20-34.
- Ragin C. C. (2000). *Fuzzy-set social science*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rasmussen M.K (2013). *The influence of interest groups in the European Parliament: Does policy shape politics?* Thèse de doctorat, London School of Economics and Political Science.
- Rhodes R. (1997). *Understanding governance*. Milton Keynes: Open University Press.
- Sciarini P. (1994). *La Suisse face à la Communauté européenne et au GATT - Le cas test de la politique agricole*. Genève : Georg.
- Scharpf F. (1997). *Games real actors play: actor-centered institutionalism in policy research*. Oxford: Westview Press.

- Schunz S. (2010). How to assess the European Union's influence in international affairs: Addressing a major conceptual challenge for EU foreign policy analysis. *Journal of Contemporary European Research*, vol. 6 (1), pp. 22-42.
- Schweizer R. (2014). *Stratégies d'activation du droit dans les politiques environnementales. Cas autour des bisces valaisans*. Thèse de doctorat, Université de Lausanne.
- Sintomer Y. (2008). Du savoir d'usage au métier de citoyen. *Raisons politiques*, vol. 31 (3), pp. 115-133.
- Sintomer Y. (2011). *Petite histoire de l'expérimentation démocratique. Tirage au sort et politique d'Athènes à nos jours*. Paris : La Découverte.
- Smith E., Mardsen T., Flynn A. & Percival A. (2004). Regulating food risks: rebuilding confidence in Europe's food ? *Environment and Planning C: Government and Policy*, vol. 22 (4), pp. 543-567.
- Stolle D., Hooghe M. & Micheletti M. (2005). Politics in the supermarket: political consumerism as a form of political participation. *International political science review*, vol. 26 (3). pp. 245-269.
- Tippenhauer L. (2014). *Evolution des composants fédéraux du régime institutionnel de ressources agroalimentaires. Le cas de la production de fromages suisses*. Working paper de l'Idheap, no 12/2014, Université de Lausanne.
- Woll C. (2007). Leading the dance? Power and political resources of business lobbyists. *Journal of Public Policy*, vol. 27 (1), pp. 57-78.

Medias

- La Liberté* (1 octobre 2014). « Une quatrième initiative agricole lancée ». *Article de presse*.
- La Liberté* (16 décembre 2014). « Le lobby des consommateurs veut peser sur les élections fédérales ». *Article de presse*.
- La Tribune de Genève* (26 octobre 2014). « Les supermarchés de demain se testent actuellement ». *Article de presse*.
- Presseportal.ch* (6 novembre 2014). « Migros : un assortiment des plus vastes pour des aliments aussi naturels que possible ». *Communiqué de presse*.

Autres sources

- FNS (2012). *Alimentation saine et production alimentaire durable, Programme national de recherche PNR 69, Plan d'exécution*. Berne.
- Polson Institute for Global Development (2003). *The Future of American Agriculture and the Land Grant University: Toward a Sustainable, Healthful, and Entrepreneurial Food System*. A White Paper of the Future of American Agriculture Symposium of Cornell University. New York: Cornell University.
- Révion S. & Bolliger C. (2009). *Préférence et consentement à payer des consommateurs suisses pour les produits alimentaires frais suisses : volailles, pommes, fraises*. Rapport à l'attention de l'Office fédéral de l'agriculture. Zürich : ETH.

