



Le marché du bois certifié : une lecture institutionnelle

Louise BRIEC

Université Lille 1, CLERSE UMR-CNRS 8019

Alors que les enjeux que représentent les forêts – sociaux, économiques et environnementaux – ne sont plus à montrer sur le plan scientifique, la déforestation massive que connaissent certains pays du Sud dénote un hiatus entre d'une part la connaissance de ces enjeux et d'autre part la performance et/ou l'émergence de modes de gestion soutenable des forêts. Plus particulièrement, le volume de bois échangé augmente chaque année, en raison notamment de la demande accrue en bois-énergie, considéré comme un matériau écologique. L'augmentation de la demande, conjointement aux prises de conscience écologiques depuis la fin des années 1980 avec le rapport de Brundtland et le sommet de Rio de 1992 sur le développement durable, ont participé à l'émergence de normes de qualité et de labels environnementaux. Les systèmes de certification, apparus dès les années 1990 à l'initiative d'ONG notamment, avaient pour but la préservation et la gestion durable des forêts, notamment des forêts tropicales. Aujourd'hui cependant, celles-ci sont largement délaissées par la certification, puisque presque 90% du territoire forestier certifié se situe dans l'hémisphère nord (FAO, 2011).

Ces constats soulèvent plusieurs questions. D'abord, dans quelle mesure la certification permet l'émergence d'une forme particulière de commerce international des forêts : le commerce international durable ? Cela renvoie à la place et l'influence de la certification parmi les formes de la concurrence. Une seconde question concerne l'expansion « réussie » de la certification dans les forêts du nord : quels sont les critères qui permettent à la certification de se développer et quels sont ceux qui au contraire la freinent ?

En vue de répondre, à terme, à ces questions de recherche, cet article entame la réflexion en proposant un cadre analytique permettant entre autres l'identification et la spécification des mécanismes d'échanges sur un marché particulier : le marché du bois certifié. En se plaçant dans une perspective institutionnaliste, ce travail s'appuie sur l'article d'Hélène Tordjman « *How to study markets? An institutionalist point of view* » afin de proposer un cadre analytique de l'étude de la forme du marché du bois. Le modèle de Tordjman repose sur trois groupes de questions principaux : la nature du bien échangé, les intervenants sur le marché et enfin le processus d'échange. Nous présenterons dans une première partie la typologie proposée par Tordjman. La seconde partie sera consacrée à l'application de ce modèle au marché traditionnel du bois, puis aux impacts de la certification sur ce marché. Les conclusions présenteront enfin les perspectives de recherche future.

II. Une typologie d'études des marchés

A. Une approche institutionnaliste

La marchandisation croissante au cœur des sociétés actuelles a impulsé de nouvelles dynamiques dans les échanges de biens. Leur compréhension passe par l'étude des spécificités des marchés, comme les différentes formes qu'ils prennent ou les arrangements formels et informels qu'ils englobent. Au niveau théorique, le courant économique dominant a longtemps utilisé une théorie de l'échange sans marchés. Ce n'est qu'avec les travaux des institutionnalistes que le marché a finalement pris de l'importance.

Les institutionnalistes dépassent la vision « pauvre » des marchés traditionnellement proposée par la microéconomie standard. Selon celle-ci les agents sont interchangeable, rationnels, ne partagent pas de passé commun ni n'ont de perspectives de collaboration future. Les échanges quant à eux, se réalisent dans l'anonymat et la seule situation réalisable est l'équilibre de marché atteint au travers des fluctuations des prix. Ces hypothèses permettent à la microéconomie standard de passer outre les dynamiques de marché et les caractéristiques de l'échange pour énoncer une théorie de l'échange restreinte à la rencontre d'une offre avec une demande. L'économie institutionnelle complexifie l'analyse de la dynamique des marchés, en étudiant la manière dont les marchés se construisent et se transforment (Hirschman, 1984).

L'article d'Hélène Tordjman « *How to study markets? An institutionalist point of view* » propose un cadre d'analyse des marchés, en reprenant les deux niveaux de recherche principaux énoncés par les écoles institutionnelles concernant les marchés à savoir, d'une part, les critères qui mènent à l'émergence des marchés, et d'autre part, les règles qui permettent à ceux-ci de fonctionner et de perdurer dans le temps (Tordjman, 2004). Pour rendre compte de ces différentes règles, Tordjman établit un agenda de questions autour de trois dimensions (Tordjman, 2004). Ses deux premiers ensembles de questions concernent la nature du bien échangé et les intervenants sur le marché. Son troisième et dernier groupe de questions concerne le processus d'échange. L'analyse de chacune de ces dimensions permet de dépasser l'approche proposée par la microéconomie standard dans l'analyse des marchés.

Afin d'appréhender chaque questionnement soulevé, Tordjman illustre ses propos par des exemples de marchés réels (notamment le NASDAQ et le marché des OGM). Bien qu'elle ne le définisse pas de manière précise, elle participe cependant à compléter l'approche que les économistes ont du marché, en le considérant comme une institution, c'est-à-dire comme « un ensemble de règles et de codes de comportements » (Tordjman, 2004 : p. 21). Nous reprenons brièvement les trois points énoncés dans l'article de Tordjman afin de réaliser, dans une seconde partie, une analyse du marché du bois à travers ce prisme d'étude.

B. Le bien échangé

Un premier point central dans la dynamique du marché est l'objet de l'échange. Il existe une coévolution entre d'une part, le bien échangé et d'autre part, le processus d'échange. Nous reprenons ici deux niveaux d'analyse recensés par Tordjman et rendant compte de cette coévolution. D'une part, la qualité de la marchandise est source d'incertitude, car elle est difficile à évaluer *ex ante*. Dans son article de 1970, Akerlof énonce qu'en présence d'asymétrie d'information relative à la qualité du bien échangé, les biens de bonne qualité seront évincés du marché par ceux de mauvaise qualité, conduisant ainsi à la disparition du marché des biens de qualité (Akerlof, 1970). La disponibilité de l'information sur la qualité est donc fondamentale dans le processus d'échange, et plus largement, dans la structure du marché.

D'autre part, nous pouvons considérer que les droits de propriété conditionnent l'existence même du marché. L'échange est soumis entre autre à l'appropriation des marchandises, garantie par l'existence des droits de propriété transférables. Dans l'analyse polanyienne des marchandises (1944), le cas particulier des marchandises « fictives » illustre l'importance des droits de propriété dans l'échange. Le travail et l'environnement (« la terre » pour Polanyi) sont des relations sociales, composantes de la société. Les inclure dans l'économie de marché c'est « subordonner aux lois du marché la substance de la société elle-même » (Polanyi, 1944 : p. 121). Cependant, le rapport de l'homme à l'environnement a évolué dans le temps, résultant de l'évolution des paradigmes scientifiques et du régime de propriété (Ost, 1995 ; Rousseau, 2004). L'environnement se dote ainsi de droits de propriété transférables et devient ainsi une marchandise – fictive -.

C. Les intervenants sur le marché

En prenant l'exemple du NASDAQ, Tordjman montre que « le type de stratégies dominantes, et la dynamique de prix résultante, dépend fortement de l'identité des participants au marché, qui est déterminée plus ou moins directement par loi » (Tordjman, 2004, p. 26). Par la décision de l'agence de régulation du NASDAQ, les seuls participants à ce marché devaient être des firmes ne distribuant pas de dividendes. Alors même que le principe de fonctionnement des marchés boursiers est l'évaluation des firmes sur leurs capacités à distribuer des dividendes, une telle configuration imposée aux intervenants entraînait de grandes volatilité et spéculation. Par ailleurs, le poids des investisseurs institutionnels augmentant depuis quarante ans, les stratégies dominantes ont été modifiées. Les comportements des investisseurs institutionnels diffèrent de celui des ménages, ils sont plus sensibles aux index de mesure et aux modélisations, ce qui les conduit à adopter des comportements de conformisme et d'imitation (Orléan, 1999). Les stratégies dominantes sur le marché ont ainsi à nouveau changé, du fait de la présence et de l'importance accrue de nouveaux participants.

Au niveau théorique, la microéconomie standard rend uniquement compte de la rencontre entre offre et demande, le marché étant le lieu où se réalise cette rencontre et où se fixe « le prix d'équilibre ». Elle ignore les mécanismes qui permettent aux deux courbes de se rencontrer, notamment ceux responsables de la formation de l'offre et de la demande, et considère des agents atomisés. D'une part, en faisant l'impasse sur l'identification des intervenants, en les supposant « identiques » les uns aux autres, la microéconomie standard fait des échanges de marché un mécanisme uniformisé et anonyme. D'autre part, l'hypothèse de la rationalité substantive ne laisse pas de place au contexte dans lequel les décisions sont prises, et ignore ainsi les rapports de force, les contraintes légales et informelles qui pèsent sur, et conditionnent les prises de décision.

Une approche en termes de réseaux éclaire les différentes relations qui existent sur un marché (Granovetter, 1985 ; White, 1981). En laissant de côté l'hypothèse de la rationalité substantive, il devient possible d'identifier les intervenants et les relations qu'ils entretiennent entre eux pour former leurs décisions, que ce soit du côté de l'offre – par exemple, les comportements et stratégies adoptés par les entreprises sont en partie contraints par des ONG - ou de la demande – les consommateurs sont sensibles aux représentations collectives en termes de « consommation durable » par exemple -. Il ne s'agit donc pas uniquement de dénombrer les entreprises présentes sur le marché, mais de manière plus large, de procéder à une étude qualitative de la formation de l'offre et de la demande.

D. Le processus de marché

L'interdépendance des mécanismes d'interaction entre les intervenants sur le marché, et des comportements individuels hétérogènes (les micro-comportements) constitue le processus de marché. Les approches évolutionnistes (au sens large du terme) relâchent l'hypothèse de rationalité substantive et intègrent une dimension dynamique aux processus, impactant l'analyse du processus d'échange, au travers des mécanismes d'interaction entre des agents ayant des comportements hétérogènes (les micro-comportements). Mécanismes d'interaction et micro-comportements sont étroitement liés, puisque d'une part, les micro-comportements sont encastés¹ dans des mécanismes d'interaction, et d'autre part, certains individus ont la capacité de modifier certaines caractéristiques des mécanismes d'interaction.

En se basant sur des études empiriques de marchés financiers, Tordjman recense d'abord trois niveaux d'analyse des mécanismes d'interaction : la circulation de l'information, l'organisation des transactions et le mécanisme de formation du prix.

Ensuite, l'hypothèse de rationalité procédurale de Simon éclaire en partie les micro-comportements. Cependant, cette hypothèse met l'accent sur les déterminants cognitifs des comportements de marché et reste quelque peu restrictive en ignorant les déterminants institutionnels (Tordjman, 2004). Au regard de l'hypothèse de rationalité procédurale, Tordjman note trois niveaux d'influence du collectif sur les comportements individuels : les normes et conventions, les règles formelles et les motifs de l'échange.

Un dernier niveau d'analyse concerne les différents *outcomes* des processus de marché. Notamment la fixation du prix, le volume échangé, la transparence du marché ou encore l'équité de l'échange. Chacun de ces *outcomes* est le résultat des mécanismes d'interaction et des micro-comportements précédemment identifiés. La manière dont sont caractérisés ces mécanismes ne conduit généralement pas à un équilibre stable et unique de marché, mais à un ensemble de propriétés. Celles-ci peuvent être observées uniquement au travers d'une observation empirique ainsi que grâce à des simulations et expérimentations (Tordjman, 2004). Ce dernier point sera partiellement traité dans la partie suivante de l'étude du marché du bois, notamment en ce qui concerne la fixation du prix et la transparence du marché.

Au final, sans procéder à une définition précise de ce qu'est un marché, la typologie proposée par Tordjman permet d'en réaliser une étude relativement fine. Plus particulièrement, nous le verrons dans une seconde partie, étudier un marché réel selon les axes de recherche indiqués permet d'en déterminer la structure et la forme. Par ailleurs, les questions qu'elle pose et leur portée analytique rendent possibles les comparaisons entre différents marchés. Dans le cadre de notre problématique, cela permet de décrire la structure du marché traditionnel du bois, mais également de comprendre en quoi la certification impacte la forme du marché traditionnel.

¹ Tordjman souligne que la question de l'encastrement est délicate à appréhender car elle peut être scindée en deux approches : celle de Polanyi et Dumont d'un côté, et celle de Granovetter ou Zelizer de l'autre. Pour les uns, la plupart des relations obéissent à des lois économiques, pour les autres, toute l'économie est encastree dans d'autres dimensions sociales. Sur ce point, Le Velly (2007) apporte des éléments de « réconciliation » en parlant de l'encastrement-étayage et encastrement-insertion auquel fait référence Polanyi. Les économies sont toujours encastrees-étayées car il y a toujours un contexte institutionnel dans lequel elles évoluent. Il n'est pas concevable de voir les choses autrement. Par contre, le degré d'encastrement-insertion peut varier selon que les réseaux sont très denses ou atomisés et les règles très contraignantes ou libérales (Le Velly, 2007).

II. Application au marché du bois

Il s'agit à présent d'appliquer la typologie proposée par Tordjman au marché des forêts, dans un premier temps au marché traditionnel, puis nous noterons quelles modifications la certification engendre sur la structure du marché « classique ». Nous suivrons dans l'ordre les questionnements soulevés dans l'article. La première série est relative aux règles constitutives du marché et concerne le bien échangé et les intervenants sur le marché. La deuxième série est relative aux règles régulatrices qui garantissent la pérennité des processus d'échange.

A. Le bien échangé

1. Une marchandise fictive

Un premier point fondamental dans la définition d'un marché est l'identification de l'objet de l'échange. Polanyi (1944) distingue les marchandises produites dans le but d'être vendues sur le marché, des marchandises fictives, au nombre de trois : le travail, la monnaie et l'environnement (« la terre » pour Polanyi). Nous nous concentrerons sur l'environnement, objet de notre étude. L'évolution de la prise en compte de la nature par les sociétés modernes a amené à la nécessaire intégration des biens puis des services environnementaux sur les marchés internationaux, notamment par la création de droits de propriété transférables sur la nature (Ost, 1995).

Divers produits des forêts (CNRS, 2011) sont destinés au commerce : le bois de chauffage, le bois d'œuvre destiné à la construction, aux meubles, aux parquets ou encore aux jouets, les minerais extraits des sous-sols, et les produits non ligneux. La forêt a ainsi été parcellisée en produits commercialisables. Le fait que les produits issus de la forêt soient des marchandises fictives au sens de Polanyi implique que leur commercialisation ne peut se réaliser dans les conditions du marché autorégulateur.

Après avoir identifié les différents produits des forêts, il convient à présent de se poser la question de l'information disponible relative à la qualité de la marchandise.

2. La qualité du bien échangé

Akerlof note qu'en situation d'asymétrie d'information relative à la qualité du bien, on assiste à l'éviction des biens de bonne qualité au profit des biens de mauvaise qualité (Akerlof, 1970). Dans le cas des produits des forêts, la qualité renvoie au mode de gestion forestière. Une bonne qualité de la marchandise sera un produit issu d'une forêt exploitée durablement, en garantissant la conservation de la biodiversité, de la qualité du sol forestier, la pérennité économique et les droits sociaux des populations locales.

Certaines normes existent déjà qui servent de vecteur d'information pour les acheteurs, à l'exemple des normes ISO 9001 et 14001 relatives à la gestion de la qualité et à l'environnement respectivement. Même si l'adhésion à une norme ne repose pas sur le pouvoir coercitif des États, elle est fortement encouragée par les risques de pertes de profits associés à la non-adhésion. Par ailleurs, la loi peut également garantir un minimum de qualité dans la gestion forestière – le code forestier par exemple – à condition d'avoir le pouvoir de contrôle nécessaire à sa bonne application.

B. Les intervenants

1. Qui sont-ils ?

Identifier les acteurs du marché de la forêt requiert d'établir non seulement un état des lieux des intervenants du côté de l'offre et de la demande, mais également d'entrer à l'intérieur de ces boîtes noires de l'économie, ainsi qu'envisager une vision globale des relations et interdépendances, informelles notamment, qu'elles entretiennent entre elles.

Les intervenants sur le marché traditionnel des forêts sont nombreux. D'abord, les acteurs de la filière bois tels que les exploitations forestières, les scieries ou toute autre activité de transformation du bois. Ensuite, les entreprises chargées de l'import-export, et plus généralement de la distribution. Du côté de la demande, les acheteurs des biens transformés (comme les meubles ou les parquets) sont les consommateurs finaux, mais on trouve également les groupes d'acheteurs tel que le groupe WWF 95 + qui rassemble des entreprises soucieuses de réaliser des achats issus de la filière légale. Les intervenants recensés dans cette partie sont les acteurs traditionnels du marché, ce sont ceux que représentent les courbes d'offre et de demande du modèle microéconomique standard.

2. Les intervenants issus des règles formelles et informelles

Il convient à présent de rappeler le rôle des règles sur la composition du marché. Elles sont de deux types : des règles formelles d'une part, et des règles informelles d'autre part. Les règles formelles relèvent du droit, et dans le cas du marché, ce sont les conditions d'entrée sur le marché, la forme des contrats de vente ou encore les règles de la concurrence (Le Velly, 2002). Les règles informelles sont les codes de conduites et autres conventions qui complètent les règles formelles. Les acteurs de la filière bois pouvant être soit des entreprises privées soit être regroupés au sein de projets de gestion communautaire, ils ne sont jamais isolés les uns des autres, et sont soumis aux règles nationales et internationales en matière de commerce et de protection de l'environnement. Qu'elles soient contraignantes ou non, formelles ou informelles, les règles font intervenir de nouveaux acteurs sur le marché : les ONG de protection de l'environnement, les conventions et accords de commerce, les normes de qualité ou encore les gouvernements nationaux par la diffusion de lois. Par ailleurs la multiplicité du nombre d'intervenants et les interrelations qu'ils entretiennent favorisent les effets réseaux, tels que la réputation, ainsi que les rapports de force, qui ont des impacts tant sur les règles formelles – pressions des *lobbies* et des groupes agro-industriels sur le gouvernement pour faire modifier les lois – comme informelles – mécanismes de mimétisme dans les stratégies de production, discrimination de produits ne provenant pas d'une forêt gérée durablement ou n'adhérant pas à une norme -.

En résumé, les règles font intervenir de nouveaux acteurs sur le marché. Ces derniers vont à leur tour influencer sur le contenu et la forme des règles. Le cadre institutionnel – formel comme informel - dans lequel évolue le marché n'est pas sans importance, puisqu'il définit, entre autres, la nature du bien échangé ainsi que l'identité des intervenants.

C. Le processus d'échange

1. Les mécanismes d'interaction

Le processus d'échange peut être explicité en deux points interconnectés : les mécanismes d'interaction et les micro-comportements. D'abord, les mécanismes d'interaction régissent la

manière dont les acheteurs et les vendeurs interagissent (Lesourne, 1991). Nous pouvons observer ces mécanismes à trois niveaux : la circulation de l'information, l'organisation des transactions et la formation du prix. Le marché du bois est un marché décentralisé. Le prix y est principalement fixé par le cours mondial. La tendance est à une pression accrue sur la demande (FAO, 2011), due aux besoins des industries consommatrices de bois, ainsi qu'à l'augmentation de l'usage du bois comme matériau énergétique, considéré comme écologique, et cela, malgré la crise économique de 2008.

Le prix peut également être déterminé au niveau local, dans le cas de marchés régionaux ou nationaux particuliers. C'est le cas pour les pays peu ouverts au commerce extérieur ou possédant peu de superficie forestière, et qui consacrent leur production au marché local et national. Par exemple, la Guyane destine plus de 80% de son exploitation forestière au marché local.

Par ailleurs, l'information relative à la qualité des produits forestiers est décentralisée. Il existe de nombreux indicateurs de qualité (les critères et indicateurs et les normes environnementales entre autres) ce qui rend difficile leur lecture et les rend peu porteur d'information fiable. Cette multiplicité des indicateurs provient de l'hétérogénéité des territoires concernés, elle tente de répondre aux multiples besoins locaux en s'adaptant à chaque contexte. Un des acteurs principaux dans la diffusion de l'information relative aux forêts tropicales est l'Organisation Internationale des Bois Tropicaux (OIBT)². Cet organisme est critiqué par certaines ONG car il a été créé et est géré conjointement par des industriels et les pouvoirs publics, et a tendance à multiplier les écolabels, ce qui en réduit la légitimité.

2. Les micro-comportements

Les comportements hétérogènes individuels, ou micro-comportements, sont encadrés dans des mécanismes d'interaction. Ils sont en partie déterminés par les conventions et normes collectives, ainsi que par les règles formelles.

Nous l'avons vu, l'existence de normes impacte le nombre d'intervenants en place et leur comportement. Nous pouvons par exemple constater une convergence des modes de gestion forestière due en partie au respect de normes de protection de l'environnement, en Europe notamment. Le contexte informel dans lequel est encadré le marché du bois influence les stratégies des acteurs. Les valeurs, essentiellement tirées du développement durable, qui y sont partagées rendent plus probable l'adoption d'une stratégie de protection de la forêt qu'un laisser-aller dans sa gestion.

Les règles formelles contraignent très clairement les comportements, d'autant plus que le pouvoir de contrôle des règles et d'application des sanctions est performant.

Par ailleurs, les motifs qui poussent à l'échange ont longtemps été considérés par la théorie classique comme étant exogènes et provenant de préférences autonomes. Cependant, dans le cas du marché du bois, les motifs de l'échange sont multiples et proviennent entre autres des valeurs partagées. D'abord, un motif purement commercial dans le but de satisfaire des besoins (*e.g.*, le bois de chauffage) est un motif d'échange. Ensuite, une demande « responsable » émerge. C'est le cas du commerce équitable. Les consommateurs sont sensibles aux enjeux sociaux et environnementaux des produits qu'ils consomment (*e.g.*, Loureiro et Lotade, 2005). Les motifs de l'échange sont multiples et dépendent du contexte politique et institutionnel dans lequel le marché évolue.

² ITTO pour son acronyme en anglais.

D. Le marché certifié : quels changements ?

Le premier organisme de certification, à initiative non gouvernementale, apparaît dans les années 1990 : le Forest Stewardship Council (FSC). Cet organisme a été créé à l'initiative d'organisations de défense des droits de l'homme et de l'environnement et des utilisateurs et marchands de bois, et prône la gestion durable des forêts, selon trois axes : une gestion forestière écologiquement appropriée, socialement bénéfique et économiquement viable (FSC, 2011). L'adhésion à la certification est basée sur le volontariat, et repose sur des mécanismes de gouvernance hors-état. Aujourd'hui, 90% du territoire certifié se trouve dans l'hémisphère nord, ce qui va contre la volonté initiale de la certification qui visait principalement les forêts tropicales (FAO, 2011).

Gulbrandsen (2006) analyse la diffusion du recours à la certification (dans le secteur de la pêche et de la forêt) comme étant un processus de marché. Il se différencie ainsi de la vision plus commune selon laquelle les entreprises ont recours à la certification pour répondre à la demande des consommateurs. Il considère que l'adhésion à la certification repose sur des mécanismes de marché. Au travers de la description du marché du bois telle que nous l'avons réalisée dans ce papier, nous pouvons nous placer dans la perspective de Gulbrandsen pour répondre à notre question principale, à savoir, l'impact de la certification sur la forme du marché. Puisque le recours à la certification résulte de mécanismes de marché, nous examinons les liens qui unissent la certification et le marché. Ces liens vont dans les deux sens : la certification impacte la forme du marché, mais également la forme du marché et la manière dont se réalisent les échanges impactent le recours à la certification.

D'abord, la certification implique la présence de nouveaux intervenants sur le marché du bois. Les organismes tels que le FSC ou le PEFC deviennent des intervenants majeurs, tout comme les organismes qui délivrent la certification. Ces organismes privés, habilités à délivrer la certification, sont composés d'experts qui ont plusieurs missions. Lorsqu'ils reçoivent une demande d'adhésion, ils doivent s'assurer que l'entreprise candidate respecte le cahier des charges, et aider les entreprises à mettre en place le mode de gestion requis en leur fournissant des aides (organisationnelles, techniques ou encore gestionnaires). Lorsque la certification est délivrée, ils réalisent des contrôles tous les ans environ. Une question, que nous ne traitons pas ici, est de savoir qui compose ces organismes et qui sont les experts. Cela pose la question de la légitimité et la crédibilité des organismes de certification (Rametsteiner et Simula, 2003). Par ailleurs, le cahier des charges regorge de normes, critères et indicateurs à respecter, tant sur la performance du processus de production, la technologie à utiliser, la valeur du sol forestier et la rentabilité forestière. Cette multiplicité des indicateurs implique un manque de lisibilité.

Ensuite, la forme du marché influe sur les motifs d'adhésion à la certification. Aujourd'hui, presque 400 millions d'hectares de forêts sont certifiés par les principaux systèmes de certification (FAO, 2011). L'augmentation des adhésions se fait rapidement, notamment en ce qui concerne la certification des chaînes de traçabilité (+20% entre 2010 et 2011) (FAO, 2011). Cela peut être d'abord lié à un raisonnement en terme de gain économique. Les producteurs veulent conserver une bonne image et la transmettre aux consommateurs et autres entreprises, et ainsi rester compétitifs (compétitivité hors-coût) en proposant des produits certifiés de meilleure qualité. Un prix premium sur les biens certifiés ne semble pas être automatique (FAO, 2011), ce n'est donc pas ce motif qui incite les producteurs à adhérer à un organisme de certification. Un second motif d'adhésion à la certification est tout autre. Les entreprises peuvent anticiper que le gouvernement mettra en route des politiques plus strictes en matière environnementale, et choisissent de prendre de l'avance (Gulbrandsen, 2006). Ils peuvent également anticiper qu'en prenant volontairement ce genre de décisions favorables à

l'environnement, cela permettra au contraire que la réglementation ne se durcisse pas. Les pressions exercées par les groupes environnementaux constituent un troisième motif d'adhésion à la certification (Gulbrandsen, 2006). Les groupes de consommateurs, ainsi que les ONG environnementales exercent des pressions au delà des frontières nationales. Enfin, la place de l'état n'est pas anodine dans ces rapports de force, car il peut faciliter la formulation de lois, donnant ainsi support moral à un organisme de certification par exemple.

Ensuite, les producteurs concernés par la vente principalement à l'étranger sont plus susceptibles d'intégrer un label que les producteurs qui vendront essentiellement sur le marché national (Gulbrandsen, 2006). Les pays qui réservent la majorité de leur extraction de bois à l'étranger (exportation directe du bois et coupe pour agriculture destinée à l'exportation) sont plus susceptibles de certifier leurs produits, car ils désirent bénéficier d'une bonne image internationale, alors que les pays moins concernés par la contrainte de l'exportation, n'ont pas autant d'incitation à certifier les forêts : ils connaissent mieux leurs clients (leurs compatriotes), ils n'ont pas besoin autant de convaincre du bien fondé social et environnemental de leur activité.

Enfin, la certification est un moyen de résorber l'asymétrie d'information existante sur le marché. Pour Akerlof (1970) lorsque l'on est sur un marché avec des biens de qualités différentes, c'est le manque d'information qui conduit à la sélection adverse et, partant, à une défaillance du marché qui entraîne l'éviction des biens de bonne qualité par ceux de mauvaise. La certification envoie aux acheteurs un signal relatif à la qualité ce qui permet de garantir la rencontre entre les acheteurs et les vendeurs sur le marché, en réduisant l'incertitude concernant la qualité d'un produit. L'asymétrie d'information inhérente au fonctionnement d'un marché peut en partie être résorbée par la certification.

Conclusion

L'article dresse une représentation du marché du bois, au moyen d'une revue des intervenants sur le marché, ainsi que des mécanismes régissant l'échange. La certification altère en plusieurs points la structure « traditionnelle » de ce marché. De nouveaux intervenants prennent place, et avec eux le cadre institutionnel formel et informel se trouve modifié. En outre, la certification peut constituer un moyen de réduire l'asymétrie d'information existante sur le marché, si le système de certification est jugé crédible.

Cette représentation du marché du bois constitue un outil afin de répondre à des questions de recherche plus vastes, telles que la place de la certification dans l'émergence d'un commerce international durable des forêts, ou les critères qui permettent l'expansion plus vaste de la certification dans certaines régions du globe que dans les régions tropicales par exemple. Les motifs d'adhésion à la certification, nous l'avons vu, ne sont pas uniquement économiques, puisqu'un prix premium n'est pas garanti pour les produits certifiés. D'autres mécanismes, issus des règles formelles et informelles jouent un rôle significatif sur les demandes de certification.

Le marché brésilien du bois fera l'objet d'une étude de terrain approfondie afin d'affiner la représentation du marché dressée dans cet article, par des observations empiriques spécifiques, en examinant notamment les motifs du recours à la certification.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AKERLOF G. A. (1970), « The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism », *Quarterly Journal of Economics*, vol 84 (3), p. 488-500.
- CNRS (2011), « Forêt – L’urgence », *CNRS Le journal*, num 257.
- DE VROEY M. (1990), « S’il te plaît, dessine moi... un marché », *Economie Appliquée*, vol 43 (3), p. 67-87.
- FAO/UNECE (2011), « Forest products: Annual market review 2010-2011 », *United Nations Publications*, Geneva timber and forest study paper 27.
- FSC (2011), http://www.fsc.org/vision_mission.html, consulté le 25 novembre 2011.
- GRANOVETTER M. (1985), « Economic action and social structure: The problem of embeddedness », *American Journal of Sociology*, vol 91 (3), p. 481-510.
- GULBRANDSEN L. H. (2006), « Creating markets for eco-labelling: Are consumers insignificant? », *International Journal of Consumer Studies*, vol 30 (5), p. 477-489.
- HIRSCHMAN A. O. (1984), « Against parsimony: Three easy ways of complicating some categories of economic discourse », *American Economic Review*, vol 74 (2), p. 89-96.
- LESOURNE J. (1991), *Économie de l’ordre et du désordre. Economica*, Paris.
- LE VELLY R. (2007), « Le problème du désencastrement », *Revue du MAUSS*, vol 1 (29), p. 241-256.
- LE VELLY R. (2002), « La notion d’encastrement : Une sociologie des échanges marchands », *Sociologie du travail*, vol 44 (1), p. 37-53.
- LOUREIRO M. L., LOTADE J. (2005), « Do fair trade and eco-labels in coffee wake up the consumer conscience? », *Ecological Economics*, vol 53 (1), p. 129-138.
- ORLEAN A. (1999), *Le pouvoir de la finance*, Odile Jacob, Paris.
- OST F. (1995), *La nature hors la loi : L’écologie à l’épreuve du droit*, La Découverte, collection Textes à l’appui, Paris.
- POLANYI K. (1944), *La Grande Transformation*, Gallimard, collection TEL, Paris.
- RAMETSTEINER E., SIMULA M. (2003), « Forest certification: An instrument to promote sustainable forest management? », *Journal of Environmental Management*, vol 67 (1), p. 87-98.
- ROUSSEAU S. (2004), « Dimensions humaine et sociale du développement durable : Une problématique séparée du volet environnemental ? », *Développement durable et territoires* [En ligne], Dossier 3 : Les dimensions humaine et sociale du Développement Durable, mis en ligne le 06 novembre 2004. URL : <http://developpementdurable.revues.org/1214>
- TORDJMAN H. (2004), « How to study markets? An institutionalist point of view », *Revue d’économie industrielle*, vol 107 (3), p. 19-36.
- TORDJMAN H. (1998), « Some general questions about markets », *International institute for applied systems analysis*, working paper.
- WHITE H. C. (1981), « Where do markets come from? », *American Journal of Sociology*, vol 87 (3), p. 517-547.