

# COMMENT ÉVALUER LA VALEUR SOCIALE D'UN BIEN?

---

**De définitions substantives à la construction  
d'une procédure de qualification**

**M Caraty**, Centre de recherche en Economie de Grenoble (CREG) & ArcelorMittal Global R&D

**JP Chanteau**, Centre de Recherche en Economie de Grenoble (CREG)

# Contexte

- Multinationalisation = Enjeux environnementaux et sociaux mis à l'agenda des stratégies d'entreprises [Capron, Quairel-Lanoizelée : 2007]
- Elaboration et opérationnalisation de ces stratégies = RSE mais leur bilan est mitigé [Brabet : 2011]
- Entreprises cherchent de plus en plus à évaluer la contribution positive de leurs produits à la société



Ce que ArcelorMittal appelle « la valeur sociale de l'acier » [Birat, Thomas: 2014]

# Objectifs

1. Qualifier (la valeur sociale d'un bien) pour pouvoir évaluer (et vendre et produire la qualité identifiée)  
[Desrosières; Chanteau: 2011]

*La mesure dépend de ce que l'on mesure*

2. Construire une méthode de qualification

*Le résultat de la mesure dépend de la méthode [Simon: 1976]*

3. Tester les conditions d'opérationnalisation de la méthode de qualification



Pour comprendre et améliorer la performance sociale de l'organisation

# Cadre théorique

- Théories de la valeur en économie
  - Les biens sont-ils payés à leur « vraie » valeur ? = les prix du marché correspondent-ils à la valeur des produits échangés?
  - Pour le savoir, les auteurs ont cherché à définir ce qu'est la valeur d'un bien



Tentatives de définitions de la valeur d'un bien  
(sa nature, ses sources, sa mesure)

# Limites des théories de la valeur

## Théories

### Conception objective

La valeur détermine le prix et lui pré-existe.

Recherche de critères incontestables naturels ou sociaux  
(ex: rareté, utilité, quantité de travail, etc.)

**Universalisme**  
= hypothèse *substantielle* de la valeur  
[Orlean: 2011]

Critères qui sont en fait toujours relatifs (médiation sociale) et qui dépendent des représentations sociales que les acteurs en ont.

Cet universalisme n'est jamais atteignable.

Si la valeur n'est pas une donnée technique, alors le scientifique n'est pas le seul légitime pour en donner une définition.

### Conception subjective individuelle

Les prix du marché sont une mesure de la valeur de chaque bien échangé.

Méthodes d'agrégation des préférences individuelles:  
 $\sum$  utilités individuelles = préférence collective  
(équilibre général walrassien)

**Individualisme**  
= a de la valeur ce qui a le prix unitaire le plus élevé (rapport offres/demandes)

Le paradoxe de Condorcet démontre que le choix d'une préférence collective ne peut combiner les préférences de chaque individu à la fois [Granger: 1956] et ne peut être résolu mathématiquement [théorème d'impossibilité d'Arrow: 1951].

Une procédure politique d'agrégation des préférences subjectives en une valeur commune est nécessaire.

## Limites

# Théorie de la valeur sociale: adoption d'une approche constructiviste



- A une valeur sociale, ce à quoi **un groupe** accorde de l'importance et s'investit en conséquence, créant par la même de la valeur [Lordon, Spinoza] → Importance de l'action collective [Tocqueville: 1840]
- La mesure dépend *de ce que* l'on mesure - *ce que* l'on mesure dépend *des projets sur* ce que l'on mesure - et *les projets* relèvent de la valeur sociale partagée par le groupe auquel l'individu appartient [Ostrom: 2005; 2010]



Quelle est la **procédure** d'identification et de constitution d'un espace public au niveau d'une entreprise?

# Construction d'une procédure politique de qualification de la valeur sociale

- Intégration de la dimension procédurale [Simon: 1976]
  - Participation des acteurs (= membres du *going concern*) à la création de règles [Commons: 1934]
  - Processus d'*empowerment* de ces acteurs à la gouvernance [Sen: 1985]
  - Choix de la méthode de délibération [Postel: 2007, Fung: 2003]
- Qui est ce groupe politique au niveau d'une entreprise? = Qui sont les PP? → plusieurs conceptions (du plus strict – relation contractuelle- au moins strict- « se sentir concerné » – donc potentiellement tout le monde) → 3 groupes représentatifs de l'entreprise:
  - Salariés
  - Citoyens
  - Acteurs de la sphère d'influence (ISO 26 000)

# Opérationnalisation de la procédure politique dans le cadre d'une recherche-action

- 2 conditions principales de la délibération:
  - Fournir des informations suffisantes, pertinentes et équilibrées afin que les participants puissent réfléchir et construire leur opinion
  - « La force des arguments » [Habermas: 1962] → se justifier sur ses choix
- Proposition de méthode de délibération
  - Etape 1: Pour fournir les informations nécessaires → collecte des avis des représentants de la sphère d'influence par le biais d'un questionnaire répondant aux exigences de la délibération
  - Etape 2: Présenter ces avis à un groupe composé de citoyens et salariés regroupés en un mini-public délibératif [Fung: 2003]



# Etat de la consultation

Type de groupes	Test	Construction du panel	Type de consultation	Nombre de répondants
<b>Sphère d'influence</b>	En ligne	1) Critères ISO 26 000 2) Panel structuré sur le modèle du Conseil Economique et Social (CES): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Experts internes à AM (Achats, DD, RH, Environnement, Syndicats, etc...)</li> <li>- Experts core business (sous-traitants, clients, etc)</li> <li>- Industriels (RSE, DD, etc)</li> <li>- Institutions publiques</li> <li>- Syndicats</li> <li>- Société civile</li> <li>- Académiques/Chercheurs</li> </ul>	En ligne	- 104 répondants → taux de participation de 37,5% - 92 questionnaires complétés → 33,3%  Taux satisfaisants considérant la durée du questionnaire (entre 30 min et 1h)
<b>Citoyens</b>	répondants) et entretiens téléphoniques enregistrés (32) mais seulement 28 questionnaires complétés au total			
<b>Salariés</b>	Entretiens physiques en face à face	4 sites de production différents (3 en France, 2 au Luxembourg) <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¼ d'employés et de techniques</li> <li>- ¾ d'ouvriers</li> </ul> TOTAL: 73 prévus	Entretiens physiques en face-à-face enregistrés	65 entretiens enregistrés



**Objectif: comparer les paramètres de qualification qui ressortent pour chaque groupe consulté**

Merci pour votre attention

*Des questions?*