

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA CONSTRUCTION DU RÉGIME DE VALEUR DE L'EAU EMBOUTEILLÉE

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN SOCIOLOGIE

PAR

JÉRÔME CORMIER

JUIN 2012

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier ma directrice Marie Nathalie LeBlanc pour sa confiance et son soutien continu ainsi que sa direction souple, précise et juste.

Merci à Éric Pineault et à Jean-Marc Fontan pour leurs avis éclairants.

Je ne saurais suffisamment remercier Lisandre Labrecque-Lebeau pour m'avoir fait part de son expérience et pour ses encouragements quotidiens et ses conversations inspirantes.

Merci aussi à Julien Mauduits pour ses conseils justes et pragmatiques.

Merci à mes parents, Jean-Pierre et Manon, pour leur soutien fondateur, moral et économique!

Merci finalement à Émilie Carignan, qui a partagé ma vie pendant toutes les étapes de cette démarche et dont la confiance et l'amour indéfectibles... et les revenus réguliers ont fait en sorte que ce mémoire existe.

Ce mémoire a reçu le soutien financier du Fond d'accessibilité et à la réussite des études (FARE) et de la Faculté de sciences humaines de l'UQAM. De précieux contrats consécutifs auprès de l'Incubateur universitaire *parole d'exluEs* (IUPE), sous la direction de Jean-Marc Fontan, ont aussi assuré ma subsistance au cours de la dernière année.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	v
RÉSUMÉ.....	vi
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I POSTURE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE.....	9
1.1 L'eau comme phénomène sociotechnique.....	9
1.1.1 Les limites de l'encastrement.....	10
1.1.2 L'eau comme hybride culture-nature.....	11
1.2 La marchandisation comme procès.....	13
1.2.1 La marchandise comme phénomène social.....	13
1.3 Problématique.....	21
1.4 Méthodologie et méthode d'enquête.....	23
1.4.1 Quelles sont les conditions socationnelles qui permettent la marchandisation de l'eau?	23
1.4.2 Quel est le réseau sociotechnique mobilisé dans la production de l'eau embouteillée?.....	25
1.4.3 Comment la configuration matérielle de l'espace de mise en marché du bien stabilisé peut-elle constituer un dispositif concret de prise en compte de l'eau embouteillée?.....	26
CHAPITRE II L'INTÉGRATION D'UNE CONCEPTION MODERNE DE L'EAU AU QUÉBEC.....	29
2.1 La constitution d'une conception moderne de l'eau.	29
2.2 Survol des interventions politiques et évolution des paradigmes constituant la modernisation écologique du Québec concernant l'eau	37
2.3 Conclusion	47

CHAPITRE III	
LE MARCHÉ DE L'EAU EMBOUTEILLÉE, UN RÉSEAU SOCIOTECHNIQUE	
MOBILISÉ POUR LA CONSTRUCTION D'UNE MARCHANDISE.....	49
3.1 De l'enchevêtrement socionaturel au cadrage sociotechnique.....	50
3.1.1 Du postulat de la valeur intrinsèque à la marchandise.....	51
3.1.2 Les mesures d'une politique de la valeur.....	53
3.2 La production d'un bien eau marchandisable.....	57
3.2.1 Un marché constitué par les producteurs.....	57
3.2.2 La qualification sociotechnique des biens eaux.....	60
3.3 Conclusion.....	67
CHAPITRE IV	
LA CONFIGURATION MATÉRIELLE DE LA MISE EN MARCHÉ DE L'EAU.....	68
4.1 La singularisation du bien par son attachement au consommateur.....	69
4.2 L'équipement du choix de consommateur.....	70
4.2.1 L'attachement par relation directe	74
4.2.2 L'attachement par packaging interposé.....	76
4.3 Conclusion.....	91
CONCLUSION.....	93
RÉFÉRENCES.....	98

LISTE DES FIGURES

Figure		Page
Figure 3.1	Illustration des caractéristiques de la marchandise eau telles qu'incorporées par le produit	63-64
Figure 4.1	Réfrigérateurs spécialisés au contenu exclusif.....	79
Figure 4.2	Réfrigérateur sous consigne portant la mention Aquafina	79
Figure 4.3	« Propriété à l'usage exclusif de Embouteillage Coca-Cola Ltée. »	79
Figure 4.4	Réfrigérateur pour repas préparé contenant des bouteilles d'eau en format individuel. Ce centre de calcul formate le bien d'eau embouteillé comme boisson d'accompagnement d'un repas	81
Figure 4.5	Exemple de tour de produits décontextualisée	82
Figure 4.6	Tour de produits en bout d'allée	82
Figure 4.7	Deux rayons mettant en œuvre la même organisation de centre de calcul	83
Figure 4.8	Centres de calculs <i>ad hoc</i> dont la configuration est peu ou non rationalisés	85
Figure 4.9	Équipement de choix partitif et calcul quantitatif	86
Figure 4.10	Prix-vedette 2 bouteilles pour 1,00 \$	87
Figure 4.11	L'étiquette surdimensionnée camoufle les autres produits	87
Figure 4.12	Panneau publicitaire intégré au réfrigérateur	88
Figure 4.13	Panneau publicitaire surplombant le réfrigérateur	88
Figure 4.14	Centre de calcul saillant qui reconstitue une liste finie d'eaux importées	89
Figure 4.15	Illustration du jeu de ressemblance/substitution des produits.....	90

RÉSUMÉ

Ce mémoire vise à dresser un portrait général du réseau sociotechnique de l'eau embouteillée permettant de relier des secteurs autonomes tels que l'ingénierie, le droit, le marketing et la logistique, dans leurs relations, à la fois économiques, sociales et culturelles, constituant un régime de valeur (Appadurai, 1983). La notion de régime de valeur constitue à la fois une perspective théorique et méthodologique. Celle-ci postule une politique de la valeur reposant sur la construction sociale de la marchandise, un procès de marchandisation distribuée dans le temps et l'espace. Cette étendue spatiotemporelle nécessite une méthodologie de la biographie de l'objet permettant de dévoiler des phases de marchandisation. C'est ce procès de marchandisation, constitué d'un réseau reliant tous les acteurs, humains et non-humains impliqués dans la valorisation de l'eau embouteillée au Québec, que le présent mémoire vise à révéler.

Ce portrait commence à l'échelle historique et géographique du construit socationnel et retrace l'apparition d'une conception moderne de l'eau dans le droit québécois, débouchant sur un paradigme de la valeur intrinsèque de la ressource naturelle. Les sources juridiques contemporaines nous permettent ensuite d'ébaucher le réseau sociotechnique des producteurs à partir des règlements déterminant les pratiques commerciales de l'embouteillage et de la distribution réalisant cette valeur intrinsèque. Le portrait se termine au moment de la distribution et de la transaction auprès du consommateur. Nous abandonnons alors les documents juridiques pour une description empirique des espaces concrets de mise en marché des biens d'eau embouteillée dans un secteur montréalais d'un km². La recherche conclut que la valeur marchande de l'eau embouteillée ne se constitue en définitive qu'au moment de la distribution. C'est à ce moment que la valeur d'usage du bien est identifiée, en contexte. Cette identification se construisant par comparaison avec l'ensemble des autres produits mis en marché dans le même espace de prise en compte.

Mots-clés: Marchandisation, Eau, Économie de la qualité, Réseaux sociotechniques, Droit de l'eau, Construction de marché, Régime de valeur.

INTRODUCTION

Comment expliquer l'existence d'un marché florissant de l'eau embouteillée au Québec, alors qu'un système d'approvisionnement public garantit l'accès à l'eau potable à toute la population? En effet, comment se fait-il qu'un citoyen québécois désire acheter une bouteille d'eau pour un prix évalué de 240 à 10 000 fois le coût d'accès au réseau public (Clarke, 2007), qui plus est, alors qu'il a déjà défrayé ce coût par ses impôts? La théorie classique de l'incorporation des coûts de production d'une valeur d'usage et la théorie néoclassique de l'utilité marginale aboutissent toutes deux à une conclusion paradoxale. Comment l'eau peut-elle être un bien rare acquérant sa valeur conformément à la loi de l'offre et de la demande et, simultanément, être accessible librement? En effet, ni le coût de production, ni l'utilité marginale n'offrent une explication limpide à la coexistence d'une eau potable conçue comme un bien économique, une marchandise, et une eau publique, perçue comme un bien libre sans valeur marchande (Samuelson, 1960). Pour s'extirper de ce paradoxe, l'approche de sociologie économique dite de l'*économie des qualités* propose une première voie de solution: ne pas postuler l'existence d'un marché abstrait, mais plutôt la construction située d'un marché spécifique (Callon, 1999) de l'eau embouteillée. Autrement dit, concevoir l'objectivation de l'eau comme « chose » et sa *qualification* comme « marchandise » ajustée au monde du consommateur comme un processus de co-construction (Callon, Meadel et Rabeharisoa, 2000). Ceci nécessite d'une part de saisir l'eau comme un phénomène social et, d'autre part, de découvrir quelle est la forme culturelle de ce phénomène lorsqu'il intègre le monde de la marchandise et de la consommation de masse.

Il s'agit donc d'envisager le problème en désautonomisant l'économique, pour l'*encastrer* dans le social (Polanyi, 1957). On reconnaît ainsi toute l'énergie mobilisée pour produire un marché économique à partir d'une réalité humaine totale. Ce que le marché isole comme un « bien », une « ressource » ou un « produit », est une partie de la « nature » qui compose le milieu matériel de l'humain. L'une des stratégies qui permet de saisir cette relation à la fois

sociale, économique et naturelle, est de considérer l'eau comme un *non-humain* (Latour, 1991). C'est-à-dire, un *quasi-objet* simultanément naturel et social, produit de l'organisation économique dans laquelle il opère comme médiateur dans une agence d'action distribuée: un réseau sociotechnique (Akrich, 1987, 1989 ; Latour, 1992). Comme le démontre le géographe Erik Swyngedouw (1999), l'eau peut être comprise comme une production sociotechnique, qu'il qualifie de *socionaturelle* afin de marquer qu'elle intègre les dimensions historiques et géographiques. Ainsi, dans son étude sur la modernisation de l'Espagne entre 1890 et 1930, l'eau est reconnue comme un médiateur opérant à travers des politiques territoriales, des représentations culturelles, ainsi que l'ingénierie qui en fait une ressource mesurée et mesurable. L'eau agit donc de façon active par sa matérialité et ses usages, et actualise des représentations culturelles ou métrologiques intégrées à des politiques de développement, de transformations économiques et politiques. Partant également d'une conception socionaturelle de l'eau, Bakker (2005) ,aussi géographe, s'attaque directement à la question de la marchandisation par la construction sociotechnique de l'eau selon la notion néo-libérale de *market-environmentalism*. Elle propose une analyse du procès de transformation de la gouvernance de l'eau – qualifiée de néolibéralisation – qui s'articule selon trois dimensions. La *privatisation*, qui opère un transfert de propriété ou du contrôle des opérations du secteur public au secteur privé. La *commercialisation*, qui s'effectue par un changement dans les pratiques de gestion. Et finalement la *marchandisation*, qui implique la conversion de la ressource en marchandise intégrée à un marché autorégulé. Ces trois dimensions ne se réalisent pas nécessairement simultanément, ni entièrement. Son étude de la privatisation des services de distribution britanniques conclut que la matérialité même de l'eau, qui est un flux continu, non unitaire, pondéreux et dont l'établissement d'infrastructures de distribution nécessite un investissement de dimension nationale, empêche la production d'un marché concurrentiel. De plus, l'État interdit, pour des raisons extraéconomiques (droit humains, salubrité publique) l'interruption de service en cas de non-paiement et prévient par conséquent la production de la rareté. Il faut donc qu'un *marché-mandataire* soit établi pour permettre la marchandisation, qui légitime la privatisation et la commercialisation. La stratégie appliquée au Royaume-Uni fut celle de déterminer un prix de vente de départ, correspondant à une valeur arbitraire, bien qu'en partie déduite des frais d'exploitation des

infrastructures. L'État détermine ensuite une augmentation annuelle maximale du prix (*price cap*), postulant que les entreprises devraient améliorer leur productivité afin de tirer un meilleur bénéfice d'un prix de vente plafonné. Cette augmentation est révisée annuellement afin d'émuler au mieux une compétition déterminée par un marché en théorie autorégulé. Par conséquent, le marché de l'eau apparaît comme un marché-mandataire, qui simule une véritable marchandisation de l'eau en plaçant en concurrence les producteurs dans un contexte de monopole naturel (Lorrain, 2003). Bakker qualifie ainsi l'eau d'*uncooperative commodity* (2005) puisque sa matérialité l'empêche de se conformer aux conditions de la marchandisation (Castree, 2003), en particulier l'aliénabilité, une condition minimale de l'échange.

Cette conclusion est toutefois incorrecte puisque l'eau embouteillée est une forme sous laquelle l'eau remplit adéquatement les conditions de la marchandisation. On peut donc suggérer l'hypothèse selon laquelle l'eau embouteillée n'incorporerait pas la même construction socionaturelle que celle des réseaux de distribution publics. La compréhension de la production de la valeur de l'eau rendue possible par l'embouteillage demande donc l'analyse d'un autre réseau socionaturelle, complémentaire, voire concurrent, à ceux élaborés par Swyngedouw et Bakker. Celui-ci doit intégrer l'eau sous sa forme de marchandise afin de mettre en évidence le réseau sociotechnique qui construit le marché de l'eau embouteillée.

On peut trouver les outils conceptuels pour reconstituer ce réseau dans les approches de la culture matérielle qui s'inspirent de la théorie de la *politique de la valeur* élaborée par Appadurai (1986). Cette dernière postule que la marchandisation (ou la démarchandisation) est un procès social qui rend un objet susceptible d'échange, à travers un « tournoi de valorisation » (*tournament of value*) où se déploient les conditions de l'échange. Ainsi, en faisant la biographie (Kopytoff, 1986) d'un objet devenu admissible à l'échange, on peut déceler l'élaboration des rapports de force qu'incorpore (Warnier, 1999) la marchandise et qui déterminent sa valeur d'échange, laquelle se réalise ultimement par l'achat, puis la consommation.

Un article publié par Ben Page (2005) s'élabore autour d'une telle biographie de la

marchandisation/démarchandisation de l'eau. Ainsi, dans la ville de Tombelle au Cameroun, la population a accepté ou refusé de payer pour l'eau à différents moments de son histoire. L'article s'intéresse directement à la question de la volonté de payer pour l'eau. La biographie que Page propose porte sur l'évolution des politiques d'accès à l'eau ainsi que sur leurs technologies de distribution. Page conclut que si les citoyens acceptent de payer pour l'eau, c'est qu'ils approuvent les termes de l'échange en tant qu'ils représentent une certaine configuration sociale. Ainsi, à une époque donnée, on paie pour l'eau recueillie par de jeunes hommes à une source située à quelques kilomètres du village et à une autre, une taxe est accordée à l'administration municipale dirigée par une élite locale. Cependant, lorsque le réseau de distribution d'eau potable est administré par des investisseurs étrangers, la population de Tombelle refuse de défrayer les coûts d'accès, prétextant que l'eau a toujours été gratuite. Ainsi, la reconnaissance publique de la valeur économique de l'eau ne serait pas liée à une connaissance des coûts de production ou de distribution de la ressource, mais témoignerait d'un certain état d'équilibre sociopolitique.

L'accès à l'eau serait donc la représentation symbolique d'un ordre social, que la transaction économique viendrait légitimer et stabiliser. Cette hypothèse est reprise par l'analyse sémiologique de la marchandisation de l'eau embouteillée vendue au Canada et aux États-Unis. C'est alors un idéal de « pureté » « naturelle » qui serait mis en marché (Opel, 1999 ; Connell, 2006). Cet idéal constituerait cependant un imaginaire alternatif d'une réalité sociopolitique, à laquelle le consommateur chercherait à échapper par la consommation individuelle. La pureté représentée serait une fiction, qui s'appuie sur un déplacement symbolique et/ou géographique, duquel la marchandise tirerait sa valeur (Cook et Crang, 1996 ; Hartwick, 1998). Bien que l'hypothèse d'un tel déplacement symbolique soit porteuse en ce qui a trait à la construction de l'image de marque des marchandises individuelles, celle-ci se bute à l'existence d'eaux embouteillées sans représentation naturelle idéalisée, telles les marques maison de commerces au détail ou de restaurants. De plus, le postulat d'un dévoiement par l'industrie de notions aussi abstraites et polysémiques que la « pureté » et la « nature » nécessite un travail plus approfondi afin d'en saisir la substance dans un contexte culturel donné (Wilk, 2006 ; Hamlin, 1990 ; 2000).

L'objectif de cette recherche est donc de reconstituer le réseau sociotechnique par lequel s'effectue le procès de *qualification* de l'eau embouteillée comme chose et comme marché. Il s'agit par conséquent d'une biographie synchronique du procès de marchandisation de l'eau sous une forme embouteillée. Sa pertinence scientifique réside ainsi principalement dans l'articulation de la théorie de la *politique de la valeur* au moyen de la construction d'un réseau sociotechnique. Ce réseau relie les agences politiques, scientifiques, technologiques, commerciales et traditionnelles, dont les pratiques constituent le *régime de valeur* de l'eau embouteillée. Cela permet d'ancrer l'analyse culturaliste et sémiologique dans le procès de rationalisation scientifique, économique et juridique lui-même. Ainsi, des notions telles la « pureté » ou la « nature » ne sont pas comprises comme de purs imaginaires fictifs lorsqu'ils s'intègrent à l'eau embouteillée, mais plutôt comme des construits sociotechniques dont la marchandise est une expression, une forme phénoménale, ou dans le langage de l'économie des qualités: *un bien qualifié par des caractéristiques stabilisées*. Pour parvenir à cette articulation, il faudra se réappropriier les concepts sociologiques reliés à l'hybridité sociotechnique et tels qu'ils ont été mobilisés par la géographie à travers la construction socationaturelle. La pertinence sociale et politique relève directement de cette influence géographique puisqu'elle permet de mettre en lumière la contiguïté des enjeux sociaux, économiques et territoriaux.

À l'automne 2002, le gouvernement québécois publie sa *Politique nationale de l'eau*. Dans son message de présentation, le ministre d'État aux Affaires municipales et à la Métropole, à l'Environnement et à l'Eau, André Boisclair, dévoile la complexité socationaturelle de la question de l'eau au Québec:

La Politique nationale de l'eau reconnaît d'entrée de jeu le droit fondamental des Québécois et des Québécoises d'avoir un plein accès à l'eau pour satisfaire leurs besoins essentiels. Par le biais de cette politique, nous réaffirmons ainsi que l'eau fait partie du patrimoine collectif des Québécois et des Québécoises et qu'elle constitue une « chose commune », c'est-à-dire que, dans son état naturel, l'eau ne peut faire l'objet d'un droit de propriété. La réaffirmation de ce statut, dans une perspective de développement durable, impose au gouvernement qu'il agisse dans l'intérêt général et qu'il encadre la gestion de l'eau afin de préserver la ressource et les écosystèmes aquatiques, tout en assurant la conciliation d'usages parfois conflictuels. (p. VI)

Comment, dans ce passage, distinguer lorsque l'eau est naturelle et lorsqu'elle est sociale, quand elle est politique et quand elle est économique? En effet, comment un « droit fondamental » et des « besoins essentiels » peuvent-ils être Québécois? Comment, à son état « naturel », une chose est-elle commune? Et, ce qui nous concerne plus encore, quelles transformations peut et doit subir l'eau, afin de permettre un droit de propriété tout en demeurant du H₂O? C'est dans un tel contexte d'incertitude logique que la présente recherche s'interroge sur les modalités d'existence d'un marché de l'eau embouteillée, rendu intelligible en vertu d'une perspective sociotechnique.

En 2008, le Québec produisait et mettait en marché vingt-six marques d'eau embouteillée, dont vingt-quatre provenaient de nappes souterraines et deux d'aqueducs publics (Poulin, 2008). Pourtant, toutes sont en concurrence avec les services d'approvisionnement publics qui garantissent le droit¹ à l'accès à l'eau potable. Par ailleurs, conformément à l'article 913 du Code civil du Québec, l'eau détient le statut juridique de « chose commune ». Ce statut interdit en principe l'appropriation et par conséquent la marchandisation. Pourtant, une clause paradoxale spécifie la possibilité d'appropriation en petit volume. Ainsi, un marché de l'eau embouteillé s'est développé au Québec, malgré l'abondance objective d'eau potable, et ce, à l'intérieur d'une catégorie juridique qui politise d'emblée les usages de l'eau.

Il n'existe à l'heure actuelle aucune élaboration scientifique d'un réseau reliant tous les acteurs, humains et non-humains, impliqués dans la valorisation de l'eau embouteillée au Québec. Le présent mémoire constitue donc une démarche exploratoire. Celle-ci ne peut donc prétendre à l'exhaustivité. Néanmoins, la démarche vise à dresser l'esquisse d'un portrait global du réseau sociotechnique de l'eau embouteillée permettant de relier des secteurs autonomes tels que l'ingénierie, le droit, le marketing, la logistique et la mise en marché, dans leurs relations, à la fois économiques, sociales et culturelles.

Il est cependant évident que le réseau sociotechnique peut proliférer (presque?) indéfiniment et que plusieurs choix de continuité différents auraient pu être faits et potentiellement révéler d'autres constructions. Formuler la problématique sous l'angle de la marchandisation de

¹ L'article 2 de la *Loi sur l'eau* stipule que « chaque personne physique, pour son alimentation et son hygiène, a le droit d'accéder à l'eau potable. »

l'« eau » dans une perspective socationnelle nous a conduits vers des sources historiques et juridiques. Toutefois, la démarche historique a régulièrement pointé vers d'autres perspectives inductives qu'il ne nous a pas été possible d'approfondir, principalement à cause de l'indisponibilité des sources. Il s'agit d'abord de la filière technologique concernant l'évolution des moyens d'accès à l'eau potable et de production et distribution de l'embouteillage². L'extraordinaire travail d'amateur du collectionneur Pierre Gagné (2006) semble démontrer que l'histoire de l'industrie de l'eau embouteillée est intégrée à celle des boissons gazeuses. Finalement, la dimension thermaliste ne sera qu'effleurée, bien que l'histoire de l'eau embouteillée y soit reliée à ses origines. Malgré ces limites sur le plan historique, nous verrons en détail au chapitre suivant le cadre théorique qui détermine notre construction du portrait et justifie sa portée et son étendue.

En effet, le premier chapitre est constitué d'une revue de la littérature qui structure l'argumentaire théorique. Au second chapitre, nous effectuerons un portrait à l'échelle historique et géographique du construit socationnel. En nous appuyant sur les travaux de l'historien Christopher Hamlin (1990 ; 2000), nous retracerons l'apparition d'une conception moderne de l'eau, articulée par deux paradigmes concurrents. Le premier est une représentation *hygiéniste* qui conçoit l'eau comme un vecteur de maladie et une technologie sanitaire, alors que le second est une représentation de la *ressource* qui s'articule autour de l'utilité industrielle et de la rareté de l'eau. Ces grands cadres paradigmatiques nous serviront à reconstruire les représentations de l'eau dans le droit québécois, selon une perspective sociotechnique qui fait correspondre l'innovation technologique et scientifique avec la rationalisation juridique. Cette construction socationnelle débouche sur un paradigme unifié de la valeur intrinsèque de la ressource naturelle vitale. Le chapitre III poursuit en entrant dans le détail des règlements qui encadrent la marchandisation de l'eau au Québec. Les sources juridiques contemporaines nous permettent alors d'ébaucher le réseau sociotechnique des producteurs à partir des règlements qui déterminent les pratiques commerciales de l'embouteillage et de la distribution, et permettent la réalisation de cette valeur intrinsèque.

2 À ce sujet, le géologue Frank Chapelle consacre un chapitre de son livre (2005) à un portrait bancal de l'histoire de la bouteille d'eau (de l'urne de Cana à la bouteille PET). L'historien Nicolas Marty (2008) qualifie de « révolution », l'arrivée de l'emballage jetable. Des pistes intéressantes, mais hors de portée du présent mémoire.

Nous y localiserons le moment clé du potentiel de marchandisation constituant le cadrage de base de la marchandisation. L'institutionnalisation du paradigme moderne de l'eau et son ajustement à l'intérieur des lois et règlements qui encadrent la marchandisation de l'eau nous servira à déterminer le contexte, ou plutôt la première phase de qualification. C'est celle-ci qui permet l'existence d'une filière de production de l'eau embouteillée. Ainsi, les premières conditions logiques de la qualification du bien seront établies. En plus des conditions liées aux paradigmes hygiéniste et de la ressource, nous y dégagerons les conditions de propriété et d'aliénabilité propres aux modalités de l'échange marchand. Ce sont les pratiques et les modalités de cet échange marchand qui feront l'objet du chapitre IV. Nous abandonnons alors les documents juridiques, pour une description empirique des espaces concrets de mise en marché des biens d'eau embouteillée. Nous avons déterminé deux principaux créneaux principaux de distribution des biens d'eau embouteillée sur le marché québécois. Un premier créneau est celui de la bouteille de 18 litres. Pour le comprendre, nous disposons du *Profil d'entreprise* d'une importante compagnie d'eau embouteillée québécoise. Ce document confirme la théorie des marchés, qui nous sert de fondation inductive et permet de comprendre la stratégie de mise en marché adoptée par cette compagnie. Le second créneau est celui de la bouteille individuelle. Celle-ci se vend dans des réseaux de distribution de la vente au détail. La deuxième partie de chapitre IV fait donc l'inventaire des espaces de prise en compte du bien, découverts dans un secteur d'un km².

CHAPITRE I

POSTURE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE

Ce premier chapitre a pour objectif d'établir les fondations théoriques de la recherche et les choix méthodologiques qui en découlent. La discussion théorique s'intéressera d'abord à l'articulation économique de la nature selon une perspective sociologique. L'incontournable notion d'encastrement de Karl Polanyi sera réinterprétée à la lumière du concept d'acteur-réseau introduit par Bruno Latour. Ce qui permettra de définir l'eau comme un hybride chose-représentation-sociale. Cet hybride est ainsi susceptible d'être identifié comme une marchandise. C'est ce procès de marchandisation d'une chose qui sera ensuite problématisé, à la lumière des principales théories sociologiques de la marchandise. Nous nous intéresserons particulièrement à la théorie du régime de valeur d'Appadurai (1986) et la méthodologie de la biographie de la marchandise de Kopitof (1986). Celle-ci servira de base à l'opérationnalisation de la problématique, qui sera enrichie par la théorie du processus de qualification des biens défini par Callon et ses collaborateurs. Trois questions récursives seront définies afin d'assurer l'identification et la description du régime de valeur de l'eau au Québec. Nous terminerons ce chapitre par le détail méthodologique de chacune de ces questions.

1.1 L'eau comme phénomène sociotechnique

Parler de la relation de la culture à la nature ouvre à une prolifération sémique vertigineuse tant les deux termes prêtent flanc aux interprétations diverses. Pourtant, la science économique aborde de front cette division heuristique et établit une relation utilitaire entre les deux termes. L'enjeu devient ainsi celui de comprendre de quelle façon s'organise le rapport d'un groupe d'individus à un milieu compris comme une ressource. Le lien qui unit la société et la nature est alors saisi sous l'angle d'un rapport de production et la société devient un

moyen organisé d'exploiter un environnement afin de combler les besoins de sa « population sous-jacente, base humaine de toute société » (Samuelson, 1960, p. 29). Dans cette logique, la culture apparaît comme un mode d'organisation, une technique, et la nature comme une ressource mise en œuvre par et pour ce mode d'organisation, celui-ci étant délimité par des besoins et actualisé par l'activité humaine. C'est cette logique parfaitement cohérente qui fonde l'épistémè économique. Pourtant, d'une perspective sociologique, ni la technique ni la ressource naturelle n'épuisent la profondeur des relations de l'humain à son milieu physique et social. Et ce, même à l'intérieur d'un régime capitaliste dont les rapports sociaux sont pour l'essentiel médiatisés par des marchandises. Comme le suggère Polanyi (1957), les catégories autonomes déployées par l'économie opèrent un découpage artificiel dans une réalité socialement construite, laquelle n'est pas qu'une « base », mais l'incarnation vivante de cette société. Conséquemment, lorsque ces catégories s'expriment dans le réel à travers un mode d'organisation spécifique, elles engagent dans les limites qu'elles découpent le reste des éléments qui composent le tissu social.

1.1.1 Les limites de l'*encastrément*

La thèse de l'*encastrément* de Polanyi suggère une conception du social et de l'économique déterminée par la réalité matérielle. Cette réalité matérielle apparaît comme un milieu vital, la *nature*, à partir duquel une *culture* peut émerger. La culture y est conçue comme une totalisation du milieu vital matériel, socialement organisé à des fins substantives à travers une économie immanente. Ainsi :

« Traditionally, land and labour are not separated; labour forms part of life, land remains part of nature, life and nature form an articulate whole. Land is thus tied up with the organisation of kinship, neighborhood, craft and creed – with tribe and temple, village, guild, and church. » (1957, p. 178)

Autrement dit, ce milieu *naturel* est articulé socialement à travers des *institutions* qui produisent un contexte économique-social spécifique prenant la forme d'une tradition. À cet équilibre naturel et culturel transcendant vient alors s'opposer l'asymétrie artificielle et rationnelle d'un marché autorégulé. En effet, la marchandisation du territoire, comme celle du

travail, implique une *subordination* des institutions aux mécanismes d'un marché autorégulé *utopique* - soit artificiel, partiel et idéologique - au détriment de la tradition *totale* et *naturelle*. Polany affirme : « [t]o detach man from the soil meant the dissolution of the body economic into its elements so that each element could fit into that part of the system where it was more useful. » (1957, p. 179) alors que « the economic fonction is but one of many vital fonctions of land » (p. 178). Par conséquent, cette « *subordination of the surface of the planet to the needs of an industrial society* » (1957, p. 179) implique la destruction du système culturel par l'effritement du tissu social et de son lien avec la nature, au nom d'une utopie du marché autorégulé. Ainsi, l'*encastrement* polanyien oppose un marché idéal et immatériel à une culture et une nature bien réelles qui lui préexisteraient ontologiquement.

Cette opposition semble pourtant paradoxale. Si l'on applique la logique dialectique des déterminations vitales et matérielles de la thèse de l'*encastrement* à la société moderne, ne devrions-nous pas déboucher sur la logique suivante: si la culture traditionnelle parvient à *totaliser*, comme un tout articulé, la réalité complexe d'un milieu vital à travers ces institutions traditionnelles, la *subordination* moderne implique l'assujettissement industriel du milieu vital en un tout articulé autour d'institutions modernes tout aussi productrices de culture. *Subordination* et *totalisation* sont deux moments d'un mouvement dialectique de la culture à la nature que seules les pratiques actualisent, qu'elles soient traditionnelles ou industrielles. Si la théorie de l'*encastrement* permet de conceptualiser l'effet de la marchandisation sur la culture à partir de la fondation anthropologique de l'intégration de l'économique dans le culturel, sa capacité à faire émerger les modalités culturelles modernes semble limitée par un *paradigme de la rupture* entre modernité et tradition.

1.1.2 L'eau comme *hybride* culture-nature

La théorie de l'*acteur réseau* permet de sortir de l'impasse où nous conduit le *paradigme de la rupture* moderne - pour ne pas dire modernisante. En effet, Latour (1991) qualifie de *moderne*: l'idéologie (au sens fort du terme) qui conçoit nature et culture comme deux entités autonomes. Cette séparation, véritable *garantie constitutionnelle moderne*, repose sur la dialectique de deux paradoxes: (1) une nature qui a toujours été et qui nous dépasse, mais que

nous construisons dans nos laboratoires par la science, (2) une société qui est la construction exclusive des hommes, mais qui est transcendante et nous dépasse infiniment. Ainsi:

« [les modernes] vont pouvoir faire intervenir la nature en tous points dans la fabrique de leurs sociétés sans pouvoir pour autant cesser de lui attribuer sa transcendance radicale ; ils vont pouvoir devenir les seuls acteurs de leur propre destinée politique, sans cesser toutefois de faire tenir leur société par la mobilisation de la nature. » (p. 50)

La réalité résultante de cette séparation paradoxale est la production d'*hybrides* de nature et de culture, néanmoins conceptualisés et/ou occultés à travers deux zones ontologiques étanches: ce qui relève de l'humain et ce qui relève du non-humain. Le lien d'intelligibilité qui unit nature et culture est habilement décrit par le géographe Swyngedouw:

Les humains rencontrent la nature et ses dynamiques internes, ses principes et ses lois comme une société qui a ses propres principes. Cette rencontre entraîne des conséquences sur les deux. La dialectique entre la nature et la société devient une dialectique extérieure, cela implique une relation récurrente entre les deux terrains séparés, la nature et la société, qui est médiée par des pratiques matérielles et idéologiques. Ce produit alors est le fruit (objet ou sujet) de cette rencontre dynamique. (2007, p.45)

À partir de cette nouvelle perspective, l'eau peut être comprise comme un *hybride* socionaturel co-construit par des pratiques scientifiques, des rapports sociaux et des représentations. L'illusionnisme d'une autonomie totale de la pratique scientifique est facilement envisagé par la critique sociologique. L'*encastrement* s'insère justement dans cette constatation en dénonçant l'utopisme d'un marché autorégulé naturalisé. Par contre, le cadre de cette critique repose sur un paradigme moderne, qui postule une division ontologique entre les trois grandes sphères explicatives du réel: (1) les *faits*, la nature en elle-même, (2) le *pouvoir*, ou les rapports entre les humains - les institutions - et (3) les *représentations*, la culture. Par conséquent, la théorie qui s'en dégage postule, par syllogisme, que seule la *tradition* effectue une intégration harmonieuse des trois sphères alors que la rupture de la *modernité* implique de les isoler, conformément au paradigme *moderne* qui en assure l'intelligibilité. Si l'on abandonne ce paradigme *moderne*, la marchandisation de l'eau peut être saisie comme un procès de transformation *socio-économique* et *économico-naturel* – tel que le comprend la théorie de l'*encastrement* - mais aussi *socionaturel*, au sens où la

« nature » de l'eau sera redéfinie en même temps que la « nature » de la société ou, plus concrètement, qu'à la forme de la société industrielle correspond une représentation spécifique, sociotechnique, de l'eau comme « ressource ».

Notre argumentaire visait à permettre l'intégration du principe d'*encastrement* au-delà d'une rupture modernité/tradition. Nous avons donc insisté sur le caractère constituant de la séparation idéologique des dimensions culturelles et naturelles dans les pratiques modernes. Comment pouvons-nous maintenant justifier la continuité, tout en reconnaissant la spécificité de la séparation, qui est justement au cœur de la dénonciation de la thèse de l'*encastrement*? C'est que ces pratiques de séparation produisent des *hybrides*, choses-représentations-sociales, équivalentes à la *totalité* chose-représentation-sociale de la *tradition*.

1.2 La marchandisation comme procès

La raison libérale – et plus généralement la rationalité capitaliste - a l'habitude de concevoir toute chose comme un bien, une propriété, et donc comme une marchandise latente. Pourtant, un effort politique considérable est nécessaire pour rendre un objet susceptible d'échange dans un contexte culturel qui ne lui reconnaît pas déjà cette faculté. Cette construction de l'identité d'une chose en tant que bien économique potentiellement appropriable et marchandisable constitue le procès de *marchandisation*.

1.2.1 La marchandise comme phénomène social

L'étude de la marchandise renvoie traditionnellement à une perspective marxiste en sociologie. Il s'agit d'une dimension fondationnelle de cette théorie. En effet, la première section du livre premier du *Capital* s'y consacre entièrement. L'axiomatique qui se dégage de cette tradition se trouve contenue dans la première ligne du premier paragraphe du chapitre premier, d'ailleurs intitulé *La Marchandise*: « La richesse des sociétés dans lesquelles règne le mode de production capitaliste apparaît comme une "gigantesque collection de marchandises", dont la marchandise individuelle serait la forme élémentaire. » Ainsi, la forme phénoménale des relations sociales serait une forme-marchandise porteuse d'une valeur

d'échange, qui la place en relation avec toutes les valeurs d'usage individuelles portées par chaque marchandise. Pour Marx, il ne fait aucun doute : « [l]es marchandises n'ont d'objectivité de valeur que dans la mesure où elles sont les expressions d'une même unité sociale, le travail humain [...] celle-ci ne peut apparaître que dans le rapport social de marchandise à marchandise » ([1867] 1993, p. 54). Cette position est déterminée par la fonction accordée à la marchandise de « satisfaire grâce à ses qualités propres des besoins humains ». (*id.*, p. 39)

Si ce raisonnement est cohérent, sa confrontation au cas empirique de l'eau embouteillée est peu éclairante. Même en accordant à l'eau embouteillée un prix qui correspondrait au coût en travail humain incorporé dans sa production, comment expliquer qu'une valeur d'échange se manifeste alors que le besoin en eau potable est déjà comblé? En effet, les opérations qui visent à rendre l'eau potable (par l'ajout de chlore, l'ozonisation ou l'exposition aux ultraviolets) et à la distribuer par un réseau d'alimentation vont en assurer la valeur d'usage. Celle-ci est prise en charge par des services publics (qui peuvent être privatisés) supervisés par l'État, qui doit en assurer le droit d'accès. Il n'y a donc pas production de valeur d'échange proprement dite, puisque l'accès est obligatoire et nécessaire; il n'y a pas d'échange. Il semblerait que la notion de *besoin* - qui détermine la valeur d'usage - soit insuffisante pour comprendre la valeur d'échange.

Un autre sociologue classique, Georg Simmel, place la valeur au centre de sa théorie générale. En effet, Simmel situe la relation d'équivalence des marchandises, non pas exclusivement par rapport au temps de travail coagulé qu'elles incorporent, mais dans le « rapport des désirs entre eux réalisé dans l'échange » (Simmel, [1900] 1987, p. 76). Ainsi :

« la valeur effective concrète prêtée à l'objet ne vient pas seulement du désir qu'il suscite, mais également du désir suscité par un autre objet. Elle est caractérisée non par le rapport au sujet désirant, mais par le fait que ce rapport ne peut s'établir qu'au prix d'un sacrifice: sacrifice de ce côté-ci, valeur de jouissance de ce côté-là, et inversement. D'où cette compensation mutuelle des objets qui fait apparaître de façon très particulière la valeur comme leur propriété intrinsèque. » (1987, p.50)

Ainsi, la valeur incorporée par l'objet est le reflet de la tension produite par l'écart entre un désir et sa résolution, qui s'actualise par son échangeabilité. Dans une société de marché, cette échangeabilité qui réalise la valeur d'échange est médiatisée par une marchandise universellement échangeable: l'argent, qui permet la commensurabilité de toutes les choses entre elles. La valeur d'une marchandise témoigne donc d'une tension entre un désir individuel et sa résolution sociale dans l'échange économique. On effectue ici un glissement, de la notion de *besoin* à celle de *désir*.

À partir de ces deux théories classiques de la marchandise, la théorie de la *politique de valeur* d'Appadurai parvient à détacher la valeur de la marchandise de sa production par le travail, pour la relier à une dimension symbolique culturelle « *in which desire and demand, reciprocal sacrifice and power interact to create economic value in specific social situations* » (1986, p. 4) ; ce qu'il nomme un régime de valeur (*regime of value*). Ainsi, en analysant la marchandise, on peut dévoiler l'élaboration de rapports de force qui construisent à la fois un marché et une marchandise. L'intérêt de cette perspective est d'étendre la notion marxiste du caractère organisateur des structures de production dans leur stricte relation du procès de production-reproduction des forces productives, en lui ajoutant une articulation additionnelle au niveau de la marchandise elle-même. En effet, le procès de *marchandisation* (ou de *démarchandisation*), qui détermine les conditions de l'échange, devient lui aussi un espace conflictuel à dimension politique. Ainsi, la production de la valeur est déterminée, d'une part par la structure de pouvoir au niveau de la production et d'autre part, par un contexte d'échange donné. Ce cycle de la production à l'échange, condition de réalisation de la valeur, baigne alors dans une structuration et une légitimation culturelle: un *régime de valeur*.

L'enjeu devient alors de découvrir comment révéler cette signification culturelle incorporée par la marchandise. Deux approches ont fait école en ce domaine. D'une part, les théories de la consommation comme modalité de la stratification sociale, et d'autre part, les théories de la culture matérielle. Les théories de la stratification sociale, telle la consommation ostentatoire compétitive de Veblen ([1899] 1994) ou celle de la distinction par l'*habitus* de classe de Bourdieu (1979), ne laissent malheureusement pas beaucoup d'autonomie à la marchandise

elle-même. L'eau embouteillée y devient le support symbolique d'un rapport de force ou hiérarchique construit ailleurs et autrement que dans la marchandisation. Le mystère du contenu symbolique que porte l'eau marchandisée par rapport à l'eau de distribution publique reste alors entier. Cette perspective, bien qu'elle se rapproche d'une théorie générale du conflit (de classe, de désir, de besoin) s'éloigne néanmoins de l'échange et de la marchandise comme lieu de constitution et d'unification des rapports sociaux.

En contrepartie, les théories de la culture matérielle accordent une pleine importance à la marchandise comme modalité d'expression culturelle. La pionnière de cette perspective est Mary Douglas, qui considère le consommateur comme un acteur culturel. Ainsi :

« everything that [the consumer] chooses to do or to buy is part of a project to choose other people to be with who will help him to make the kind of society he thinks he will like the best. It is as if there were inside his head a little monitor for the constitutional effects that would flow from the present state of affairs. » (1992, p.56).

Si la thèse de la stratification sociale était limitée par un excès de déterminisme structurel, l'approche de Douglas autonomise le consommateur au point de négliger complètement le contexte de tension dans la production de valeur: *« consumption is not compelled; the consumer choice is his free choice »* (Douglas et Isherwood, 1978, p. 56). Ces deux écueils sont évités par la théorie de la consommation de masse comme modalité d'objectivation symbolique de Daniel Miller (1987). Ici, le « choix » du consommateur est l'expression de sa réappropriation subjective, qui complète le procès d'objectivation mis en œuvre par le mode de production capitaliste. Cette perspective se conforme donc aux exigences théoriques de la théorie marxienne et simmelienne de la marchandise et de la valeur. Cependant, le consommateur y devient le socle du procès d'objectivation, au lieu de la forme culturelle objectivée qu'est la marchandise en tant que forme élémentaire des rapports sociaux. Pourtant, si le sujet fait un choix, et par conséquent complète le procès d'objectivation, il faut se souvenir que ce choix de « consommateur » reste limité à la marchandise produite et offerte à l'échange par un « producteur ». L'appropriation symbolique qui finalise le procès d'objectivation doit logiquement passer par une phase d'aliénation (ou d'objectivation ou d'*objectification* [Miller, 1987]). C'est pourquoi Warnier propose de compléter l'analyse de la

consommation en considérant simultanément les filières de production (Fine et Léopold, 1993), puisqu'elles interviennent dans le procès d'objectivation symbolique. Il s'agit alors de pousser la logique de décomposition de la consommation de masse exigée par la liberté de subjectivation jusque dans le système de production lui-même.

On est en présence d'une multitude de pratiques qui sont globalement structurées par le système d'approvisionnement dont les profils varient considérablement de branche en branche. Ces systèmes alimentent les mises en objets matériels pratiquées dans les sociétés contemporaines. Il en résulte que les régimes de subjectivations matérielles sont extraordinairement divers (Warnier, 1999, p. 129).

Ainsi, chaque consommateur détient la liberté de choisir quels objets et comment ils seront intégrés ou *incorporés* (Warnier, 1999) à sa subjectivité puisque le système de production et de distribution des biens est lui-même très varié. Ce serait donc dans la relation entre les modalités de subjectivation et les structures de production que s'établit une *politique de la valeur*. Les limites d'une posture qui accorde trop d'autonomie au consommateur sont alors mises en évidence par la répartition inégale des revenus. L'argent, médiateur obligé de l'échange marchand déterminant nécessairement les opportunités de subjectivation. Ainsi, « en fournissant les moyens d'action, les systèmes d'approvisionnement relèvent de l'action sur des actions et du pouvoir » (Warnier, 1999, p. 134).

Cependant, cette conception persiste dans une analyse divisée entre, d'un côté, la structure de production et de l'autre, les modalités d'appropriation d'une culture objectivée. *L'économie de la qualité* (Callon, Meadel et Rabeharisoa, 2000 ; Callon, 2002 ; Callon et Muniesa, 2003) propose une appréhension unifiée de l'anthropologie de la consommation de masse. Selon celle-ci, le *bien* qui fait l'objet de l'échange, la marchandise, est un *produit* dont les caractéristiques intrinsèques (son usage, ce qui le compose matériellement, etc.) et extrinsèques (son contexte de vente, la marque, le prix, etc.), autrement dit sa *qualité*, a été adaptée au consommateur.

Cette perspective a l'intérêt de permettre de maintenir la spécificité des rapports socio-économiques médiatisés par la forme marchandise, tout en soutenant que le moment clé se trouve dans l'échange. Elle se dégage toutefois des explications totalisantes (structurelles,

culturelles, cognitives) que sont la contrainte, l'utilité, le désir ou le jugement, pour se restreindre à une notion d'*enchevêtrement* (*entenglement*) plus explicite et empirique. Il s'agit d'une notion clé pour aplanir l'opposition entre une théorie axée sur la production (domination, conflit, fétichisme) et une théorie axée sur la réception (choix sociétal, subjectivation). L'*enchevêtrement* est un moyen terme, qui reprend l'idée d'*encastrement* dans le social ou la culture, mais se limite au contexte de la construction d'une marchandise et aux conditions particulières de son échange. Un réseau de relations donné est explicité par un *cadrage* (*framing*), qui actualise simultanément le bien à échanger – la marchandise- et les conditions de l'échange – le marché. L'échange est donc un procès au cours duquel est négocié l'*enchevêtrement* objectivé par la marchandise. Un vendeur se libère d'une configuration sociotechnique à l'occasion de sa reconfiguration auprès de l'acheteur. Callon explique:

« Framing is an operation used to define agents (an individual person or a group of persons) who are clearly distinct and dissociated from one another. It also allows for the definition of objects, goods and merchandise which are perfectly identifiable and can be separated not only from other goods, but also from other actors involved, for example in their conception, production, circulation or use. It is owing to this framing that the market can exist and that distinct agents and distinct goods can be brought into play » (Callon, 1998, p. 17)

Ce *cadrage* réfère directement à la notion de *régime de valeur*, mais suppose une explicitation formelle des conditions de l'échange. Ainsi, l'échange économique demeure ce qu'il est nécessairement, soit une activité signifiante, culturelle, qui sous-tend une certaine articulation sociale (Miller, 2002). Cependant, la transaction économique qu'est l'échange marchand (*market exchange*) comporte une particularité, qui la distingue radicalement de l'économie traditionnelle telle l'économie du don. Elle présuppose :

« a form of property right in which a transfer of ownership ends all claims of the previous owner: the object is thoroughly alienated. When we finish the transaction, we are quits [...] commodity exchange does not aim to perpetuate a social bound between buyer and seller » (Slater, 2002, p. 237).

Ainsi, la marchandise n'a d'existence et de prégnance sociale que si elle est réalisée par la transaction marchande qui atteste son ajustement au monde du consommateur. La transaction

monétaire est le moment d'affirmation sociale de la marchandise qui unit les deux pôles dialectiques de la production et de la consommation. Ainsi, « un acheteur paye pour devenir *propriétaire* d'un bien dont les *propriétés* ont été ajustées à son monde et qu'il transforme ainsi en son bien *propre*. » (Callon, 2002, p. 262)

La construction du régime de valeur, le procès de marchandisation dévoilé par la biographie de l'objet, est ici inscrite dans le procès continu de la production de masse et saisie à travers une approche sociotechnique. La marchandise, le *bien*, y est conçue comme un hybride sociotechnique dont la forme est stabilisée. Le procès de marchandisation est alors assimilé au *produit*, c'est-à-dire :

une succession d'opérations qui le transforment, le déplacent, le font passer de mains en mains, à travers une série de métamorphoses qui finissent par le mettre dans une forme jugée utile par un agent économique qui paye pour en bénéficier. Au cours de ces métamorphoses, ses caractéristiques se modifient. (Callon, Meadel et Rabeharisoa, 2000, p. 216)

La construction d'un bien est donc un procès de *qualification* au cours duquel une série de caractéristiques viennent en établir la singularité. Ces caractéristiques varient donc constamment entre le moment de la production et celui de la consommation. Une illustration rudimentaire de cette singularisation serait la suivante. Deux bouteilles d'eau identiques provenant d'une même usine et produites presque simultanément sur une chaîne de production sont mises en vente par un jour de canicule. L'une d'elles est vendue réfrigérée, et l'autre, à température ambiante. Dans ces conditions, les caractéristiques qui les qualifieront, c'est-à-dire qui les rendront désirables pour un consommateur, seront fort probablement différentes. C'est pourquoi, à l'instar de Callon, Meadel et Rabeharisoa:

nous préférons parler de qualité et de processus (continu) de qualification-requalification, les deux notions n'étant que l'avvers et l'envers d'une seule et même médaille: il n'y a pas de qualité qui ne soit obtenue au terme d'un processus de qualification et il n'y a pas de qualification qui ne vise à établir une constellation, stabilisée au moins pour un moment, de caractéristiques qui se trouvent attachées au produit considéré et le transforment, provisoirement, en bien échangeable sur un marché (2000, p. 218).

Il est donc possible de capter empiriquement le procès de production, qui conduit à l'existence du bien dans sa forme marchandise de consommation de masse. On peut ensuite le comparer à l'espace de qualification auquel le consommateur se réfère. En effet, le procès de qualification du producteur débouche sur un bien qui se retrouve par la suite mis en marché de façon à permettre un procès de qualification par le consommateur: le marché concret du bien en question.

Mais en quoi cette approche permet-elle de comprendre la réalisation de l'échange? Pourquoi achète-t-on cette eau embouteillée? N'a-t-on pas simplement répondu à la question de savoir pourquoi il existe un marché pour l'eau embouteillée en en démontrant l'existence? La réponse se trouve dans un deuxième volet de cette approche: la description du marché lui-même. Autrement dit, la forme du régime de valeur. Callon et Muniesa proposent de considérer les marchés comme des *dispositifs de calcul*.

Calculer ne signifie pas nécessairement effectuer des opérations mathématiques ou même numériques. Le calcul commence en établissant des distinctions entre des choses ou des états du monde, puis en imaginant des cours d'action associés à ces choses ou à ces états, pour enfin évaluer conséquences. En partant d'une telle définition (large, mais habituelle) de la notion de calcul, nous essayons d'éviter la distinction (conventionnelle, mais trop aiguë) entre jugement et calcul. (Callon et Muniesa, 2003, p. 194)

Ici la notion de calcul se réduit à trois étapes élémentaires. (1) Les entités considérées doivent être rassemblées dans un espace unique. (2) Ces entités doivent être prises en compte en les associant entre elles. Cela se concrétise par des superpositions, des juxtapositions, des déplacements dans un sens ou dans l'autre, etc. (3) Finalement, une nouvelle entité, une somme, doit en résulter. « Cette entité résultante n'est pas nouvelle dans le sens où elle viendrait de nulle part: elle est préfigurée par les arrangements décrits ci-dessus » (Callon et Muniesa, 2003, p. 195). Par conséquent, le procès de qualification engendre les conditions de réalisation de ces comparaisons, associations et différenciations (ressemblance/individualisation), et l'espace de mise en marché devient le lieu de l'appréciation des biens qualifiés. Le rayon du supermarché apparaît ainsi tel un « centre de calcul », où différentes boissons sont mises en relation. Le prix de l'eau embouteillée de

marque « X » se révèle être une caractéristique comparable avec le prix du jus « Y », et ainsi de suite pour la quantité de sucre, le volume, etc. toutes des caractéristiques qui individualisent ces biens en les plaçant en relation avec d'autres.

Cette conception de la construction du marché d'un bien permet d'analyser la mise en place d'un régime de valeur destiné à permettre au consommateur de faire un choix libre, rationnel et explicite. Ainsi, si la société capitaliste met en relation structurelle l'ensemble des marchandises, ce ne sont que certaines marchandises qui sont, empiriquement, mises en relation entre elles. Le travail de production qui réalise la valeur d'usage d'un bien doit être complété par la singularisation du produit afin qu'il puisse être échangé, qu'un marché puisse émerger.

1.3 Problématique

Deux postulats généraux se dégagent de la discussion théorique précédente. Le premier affirme que l'objectivation moderne de l'eau procède d'une construction socationnelle qui s'actualise par des pratiques scientifiques, politico-juridiques et socio-économiques. Une forme phénoménale de l'eau peut alors être saisie à travers un réseau sociotechnique qui l'actualise. Le second postulat découle du premier en le précisant. Le marché de l'eau embouteillée est le résultat d'une association spécifique d'agents humains et non-humains, qui produisent un bien qualifié, c'est-à-dire singularisé par l'attribution de caractéristiques spécifiques qui l'associe à d'autres biens tout en lui procurant une identité propre. Nous proposons d'utiliser le concept de *régime de valeur* pour représenter l'état stabilisé des conditions de possibilité d'un marché spécifique de l'eau, cadré à l'intérieur d'un construit socationnel qui en permet la marchandisation.

Tel que le propose Appadurai (1986), le concept de *régime de valeur* s'opérationnalise par trois dimensions d'analyse.

- (1) Observer l'objet dans sa trajectoire de vie, sa *biographie*, pour cerner le contexte émergeant lorsque celui-ci entre dans une phase de marchandisation.

(2) Déterminer le potentiel de marchandisation (« *commodity candidacy* »), puisque chaque culture permet et proscrit la marchandisation de certains objets.

(3) Analyser le contexte précis dans lequel la marchandisation s'effectue.

L'univers d'analyse de l'économie des qualités postule que la phase de marchandisation résulte d'un procès de qualification. Ce procès constitue ainsi une biographie synchronique de la marchandise. Synchronique puisque la production de la marchandise mobilise des agences techniques et culturelles qui visent à faire exister un objet apte à l'échange. Par conséquent, la biographie et le contexte se confondent pour constituer le *potentiel de marchandisation*. L'enjeu est alors de saisir une séquence logique, qui permette de découper une marchandise dans une réalité sociale et matérielle totale: le *marché* de l'eau embouteillée. Nous pouvons donc reprendre l'opérationnalisation du régime de valeur à partir de trois questions récursives, qui permettront de reconstituer le réseau sociotechnique établissant le marché de l'eau embouteillée au Québec.

1. Quelles sont les conditions socationnelles qui permettent la marchandisation de l'eau?

L'objectif est ici de reconstruire une biographie de l'eau en tant que contexte socationnel. Il s'agit de développer une perspective qui rende intelligible le construit socationnel contemporain de l'eau dans la société québécoise afin de déterminer les conditions qui lui permettent de se conformer aux exigences de la marchandisation, soit d'être susceptible d'échange, d'une transaction économique.

2. Quel est le réseau sociotechnique mobilisé dans la production de l'eau embouteillée?

Cette question vise à détailler la structure concrète qui met en œuvre les conditions socationnelles permettant la marchandisation. Le *potentiel de marchandisation* est donc révélé par l'enchevêtrement sociotechnique qui relie les acteurs humains et non-humains de la marchandisation. Autrement dit, le *potentiel de marchandisation* se dévoile par un lien continu entre: la chose eau, sa forme marchandise et les producteurs de cette marchandise. Ce lien constitue en définitive un marché de l'eau embouteillée.

3. Comment la configuration matérielle de l'espace de mise en marché du bien stabilisé peut-elle constituer un dispositif concret de prise en compte de l'eau embouteillée?

La dernière étape consiste à analyser le contexte précis de la transaction. Il s'agit pour nous d'observer les lieux où le bien est mis en marché afin de déterminer comment les instruments matériels constituent un dispositif concret de comparaison des produits d'eau entre eux, ainsi qu'avec d'autres produits. L'objectif est de comparer les possibilités de qualifications par ressemblance et comparaison. Celles-ci sont d'une part constituées par l'incorporation de caractéristiques intrinsèques déterminées par les producteurs et d'autre part par les modalités concrètes et matérielles des dispositifs de calcul contingents avec lesquels le consommateur est mis en contact.

1.4 Méthodologie et méthode d'enquête

Le cadre méthodologique de cette recherche est celui de la biographie des marchandises telle que défini par Appadurai (1986), enrichie de la théorie de l'économie des qualités (Akerlof, 1970 ; Eymard-Duvernay, 1986 ; Karpik, 1989 ; Callon, 1999) . Ainsi, l'opérationnalisation de l'analyse du régime de valeur a été structurée par la théorie de la construction des réseaux sociotechniques (Latour, 1991 ; 1992 ; 2007). Chacune des étapes d'analyse a donc débouché sur des questions spécifiques qui comportent leurs spécificités méthodologiques. Nous allons donc voir quelles méthodes d'enquête et d'analyse ont été mis en œuvre pour répondre à chacune des questions.

1.4.1 Quelles sont les conditions socionaturelles qui permettent la marchandisation de l'eau?

L'observation de l'objet « eau » dans sa trajectoire de vie représente une difficulté méthodologique notable. En effet l'eau ne s'appréhende pas selon une chronologie, une trajectoire de vie linéaire. La temporalité de l'eau est celle d'un cycle hydrique – perpétuel, naturel et universel. L'enjeu devient donc d'effectuer une reconstruction socionaturelle de l'eau en elle-même. Ce qui permet ensuite de repérer la phase de marchandisation, soit les conditions socionaturelles qui permettent la marchandisation de l'eau. Dans la société civile

québécoise, moderne et capitaliste, ces conditions sont rationalisées et balisées par un important travail réflexif de l'appareil politico-juridique. De celui-ci émane un régime juridique, qui régleme l'échange et s'applique sur un territoire et une population unifiés sous une souveraineté étatique. Notre recherche s'est donc immédiatement dirigée vers la définition du statut juridique de l'eau dans le droit québécois. Nous avons alors constaté que le statut juridique de l'eau était sujet à controverse depuis une quarantaine d'années. Mentionnons qu'au moment où notre recherche a débuté, la loi cadre qui détermine le statut juridique de l'eau, la *Loi affirmant le caractère collectif en eau et visant à renforcer leur protection*, était encore à l'état de projet. Par conséquent, l'eau n'avait toujours aucun statut juridique défini. Toutefois, une commission d'étude, La *Commission d'étude des problèmes juridiques de l'eau (Commission Legendre)*, avait été mise en exécution entre 1969 et 1970. Celle-ci problématisait donc d'emblée la question du statut juridique de l'eau. Toutefois la notion de *biographie* de l'« objet eau » représentait toujours cette difficulté méthodologique d'une trajectoire de vie abstraite. Néanmoins, le travail de reconstruction socationnelle de l'eau en Espagne par le géographe Érik Swyngedouw (1999) démontrait qu'il était possible d'inférer une biographie culturelle indirecte de l'eau. Pour y parvenir, nous nous sommes d'abord appuyé sur le travail des deux historiens ayant effectué une histoire de l'eau: Jean-Pierre Goubert (1986) et Christopher Hamlin (2000). Le travail critique de Hamlin, qui s'oppose à une lecture strictement hygiéniste de l'histoire de l'eau, s'est révélé déterminant. Il nous a en effet permis de repérer les documents historiques pertinents à l'intérieur du mémoire de l'historien Henri Brun sur l'*Histoire du droit québécois de l'eau (1663-1969)*, produit en 1969 dans le cadre de la *Commission Legendre*. Dès lors, le fondement inductif de notre démarche était établi sous la forme d'une lecture critique de la compréhension des enjeux hygiénistes de l'eau et leurs retombées politiques et économiques. Nous avons alors pu remonter la filière historique en dépouillant les documents juridiques mentionnés dans le mémoire de Brun, qui nous ont conduits vers d'autres mémoires, commissions ou lois concernant l'eau. Nous pouvons néanmoins affirmer qu'à la base de notre démarche se trouve les matériaux politique et juridiques suivants: les rapports de deux commissions parlementaires qui se sont concentrées sur la question de l'eau, soit *La Commission d'étude des problèmes juridiques de l'eau* de 1970 (*Commission Legendre*) et *Le rapport de la*

commission sur la gestion de l'eau au Québec de 2000 (Commission Beauchamp), La Loi affirmant le caractère collectif des ressources en eau et visant à renforcer leur protection (Loi sur l'eau), ainsi que l'étude de Henri Brun (1969).

1.4.2 Quel est le réseau sociotechnique mobilisé dans la production de l'eau embouteillée?

L'analyse du régime de valeur demande d'observer la constitution du potentiel de marchandisation dans une culture donnée. L'ancrage dans l'approche sociotechnique nous a permis de postuler le caractère déterminant du cadre juridique dans la détermination du rapport des individus aux choses. Nous avons donc substitué la notion de « culture donnée » par celle du cadre juridique déterminant les pratiques marchandes. Nous avons donc poursuivi l'analyse de documents juridiques, mais en nous intéressant aux règlements spécialisés qui minuent la marchandisation de l'eau au Québec. Les matériaux juridiques suivants ont donc été analysés: la *Loi sur l'eau*, la *Loi sur les produits alimentaires*, le *Règlement sur les eaux embouteillées* ainsi que l'article 913 du Code civil du Québec portant sur la notion de « choses communes ». Ces lois et règlements constituent l'intégralité du corpus juridique encadrant la marchandisation de l'eau embouteillée au Québec. En ciblant la phase de marchandisation, nous avons pu déterminer les conditions d'existence d'un bien qualifié: l'eau embouteillée et par conséquent l'existence d'une filière de production de l'eau embouteillée. Ainsi, l'eau recueillie dans un récipient de 20 litres ou moins peut être commercialisée, conformément à *Loi sur l'eau*.

L'hydrogéologue Martin Poulin (2008) dénombre ainsi 55 appellations commerciales disponibles sur le marché québécois. Nous avons donc recensé chacune de ces marques, à partir de leurs sites Internet ou par l'acquisition d'une bouteille afin de connaître l'apparence matérielle des produits. Cette démarche nous a permis deux découvertes accidentelles. D'abord, en recherchant en vain certaines marques difficilement accessibles sur le marché montréalais, nous avons découvert deux marques originales provenant d'importateurs privés. Ce qui nous porte à croire que le nombre exact des marques disponibles sur le marché québécois est différent de celui mentionné précédemment. La seconde découverte est encore plus intéressante. Nos recherches Internet ont révélé l'existence de regroupements de

producteurs associés au domaine de l'eau embouteillée: l'*Association des embouteilleurs d'eau du Québec* (<http://www.aeeq.org>) et l'*Association canadienne des eaux embouteillées* (<http://www.cbwa.ca>). Les sites web de ces associations se sont révélés une source d'informations pertinentes concernant les pratiques normatives collectives des producteurs qui débordent de la réglementation strictement juridique. Ainsi, chacun des sites a été analysé sous l'angle de la thématique de la norme. D'abord, les références explicites aux lois et règlements ont été comparées aux documents juridiques adéquats afin d'en saisir la portée pratique. Les pratiques des producteurs sont d'ailleurs ouvertement orientées vers l'information du public et du législateur. Ensuite, une attention particulière a été portée à la fonction des associations concernant l'établissement de droits et devoirs des membres.

1.4.3 Comment la configuration matérielle de l'espace de mise en marché du bien stabilisé peut-elle constituer un dispositif concret de prise en compte de l'eau embouteillée?

La dernière étape d'analyse du régime de valeur concerne le contexte précis de la transaction marchande. La distribution des moyens d'action entre acteurs humains et non-humains dans la théorie de l'acteur-réseau nous conduit à répartir adéquatement ce contexte à travers une agence cognitive distribuée. C'est-à-dire dans la configuration matérielle de l'espace de mise en marché du bien? La littérature identifie deux créneaux principaux de distribution des biens d'eau embouteillée aux États-Unis (Chapelle, 2005). Un premier créneau de la distribution directe au consommateur déterminé par la bouteille de 18 litres et un second créneau de la bouteille individuelle vendue au détail. Ces créneaux semblaient pouvoir être transposés au marché québécois. Nous avons ainsi tenté en vain d'accompagner un livreur de bouteilles sur son trajet de distribution, afin d'obtenir des informations sur les pratiques de mise en marché. L'échec de cette démarche nous a néanmoins permis d'obtenir des informations précieuses sous la forme du *Profil d'entreprise* d'une importante compagnie d'eau embouteillée québécoise (que nous identifierons par « la Compagnie »). Ce document, destiné aux actionnaires minoritaires de la Compagnie, confirme la théorie des marchés qui nous sert de fondation inductive et permet de comprendre les stratégies de mise en marché dans le domaine de la livraison directe. Le principal compétiteur de cette compagnie nous a transmis une copie d'un contrat de service type, qui permet de confirmer et recouper les informations du

document de la Compagnie.

Pour documenter le second créneau de la vente au détail, nous avons recensé l'ensemble des commerces dans un quadrilatère déterminé. L'objectif était de photographier l'ensemble des espaces de prise en compte (commerces, rayons d'épicerie, réfrigérateurs, distributrices, structures promotionnelles, etc.) dans un secteur déterminé. L'échantillon est construit selon une logique d'accès à pied pour un consommateur hypothétique, à partir d'un point de départ déterminé. Cette méthode, s'inspire de la démonstration du procès de singularisation du bien par Philippe Cochoy (2002). Celui-ci utilise de l'expérience subjective du choix de consommateur pour reconstruire les possibilités contextuelles de choix d'un bien prédéterminé, en l'occurrence du jambon. Notre objectif étant plus empirique, et s'inspire des conséquences théoriques du travail de Cochoy. Par conséquent ces possibilités de choix, qui sont appuyés par le contexte de présentation des biens, ont été systématiquement photographiées et comparés. L'échantillon recouvre donc un quadrilatère d'un kilomètre carré entre les rues Laurier, St-Laurent, St-Zothique et Christophe-Colomb. L'espace est initié par la présence du métro Rosemont (pris comme point d'origine) et est délimité à l'ouest, à l'est et au sud par une voie ferrée et une zone industrielle. Au nord, aucune limite physique n'intervient, mais le métro Beaubien apparaît comme la limite qui détermine la fin du secteur du métro Rosemont.

L'échantillon comporte 13 dépanneurs³, dont trois font partie de bannières corporatives. Trois pharmacies (toutes sous bannières). Sept épicerie (trois sous bannières) et une tabagie indépendante. 100 % des épicerie ont accepté de participer à la recherche et 100 % des pharmacies ont aussi accepté de participer. Seulement trois dépanneurs ont accepté de participer. Un commerce n'a jamais retourné les appels qui lui étaient adressés. Une chaîne possédant un commerce dans le secteur a opposé un refus, prétextant une politique qui interdit les photographies. La majorité des propriétaires de dépanneurs ont refusé sans autre justification que l'affirmation qu'ils ne voulaient pas participer.

L'échantillon demeure représentatif puisque l'ensemble des épicerie et des pharmacies du

³ Le terme dépanneur désigne une toute petite épicerie de quartier qui se caractérise surtout par des heures d'ouverture étendues et la vente de produits alcoolisés.

secteur ont accepté, ce qui permet de recouper les pratiques des compétiteurs - selon qu'ils appartiennent au domaine de l'alimentation ou de la pharmacie. Ensuite nous avons une proportion cohérente de commerces appartenant à une bannière qui standardise la mise en marché de l'eau, et de commerces opérant de façon indépendante (sept sous bannières et neuf indépendants).

CHAPITRE II

L'INTÉGRATION D'UNE CONCEPTION MODERNE DE L'EAU AU QUÉBEC

Dans le présent chapitre, nous tenterons de déterminer les conditions socionaturelles qui permettent la marchandisation de l'eau au Québec. Celles-ci constituent la biographie de l'eau au fondement du régime de valeur.

Nous effectuerons donc une reconstruction historique de l'évolution des discours légitimes sur la chose-représentation-sociale eau, en nous appuyant sur l'hypothèse d'un changement de paradigme, telle que proposée par l'historien Christopher Hamlin. Dans un premier temps, nous reprendrons à notre compte l'argument de Hamlin en l'enrichissant d'une dimension économique. Ceci nous permettra d'établir deux paradigmes concurrents; l'un concernant la santé et l'hygiène, et l'autre le potentiel économique de la ressource. Ces deux paradigmes serviront, dans un second temps, à articuler la reconstruction d'un procès de *modernisation écologique* au Québec, à partir d'un corpus de commissions d'enquêtes et de documents juridiques produits entre 1846 et 2010. Cette modernisation écologique déterminera finalement la forme du construit socionaturel de l'eau au Québec. Ce construit socionaturel peut être résumé de la façon suivante: *une ressource vitale dotée d'une valeur intrinsèque* issue du conflit entre les usages substantifs de l'eau potable et l'inévitable altération de la ressource par les usages productifs.

2.1 La constitution d'une conception moderne de l'eau

Qu'entend-on par conception moderne de l'eau? Comme point de départ, nous entendons le procès d'unification des eaux à la suite du développement de la chimie moderne. Autrement dit, le prestige et l'autorité de la chimie moderne imposent le passage d'un discours sur la différence entre *les eaux* à une conception moderne de *l'eau* en tant que substance unique. Cette conception moderne se structure en un paradigme continuellement renforcé par la

pratique scientifique normale. Celle-ci est toutefois inopinément confrontée à la réalité des expériences plurielles engendrées par l'eau. En effet, l'eau n'est, en essence, qu'une seule et unique chose: un composé chimique résultant de l'association de deux molécules d'hydrogène et d'une molécule d'oxygène, le H₂O. Toutefois, l'eau se manifeste empiriquement dans une multitude d'identités liquides, solides et gazeuses, qui participent d'expériences irréductibles à la notion chimique. C'est donc de cette multitude d'expériences incommensurables que la conception moderne de l'eau s'extrait; pour constituer un discours organisé sur l'eau, motivé et structuré par des velléités scientifiques. L'historien Christopher Hamlin considère qu'il s'agit d'un changement de paradigme:

« A paradigm shift in the concept of water occurred in the 19th century, in which water went from a class of infinitely varied substances to a monolithic substance containing greater or lesser concentration of adventitious ingredients, known as 'impurities'. A vocabulary stressing qualitative and geographic uniqueness gave way to a dichotomous determination in which water was pure or impure, though quite what that meant depend on the context of the conversation » (2000, p. 315).

La conception moderne de l'eau correspond donc à la construction d'un discours destiné à requalifier l'eau selon des attributs scientifiquement établis. Il s'agit en effet d'un procès de re-qualification, puisque celui-ci s'insère d'abord à l'intérieur de discours prémodernes sur les propriétés de l'eau. La conception prémoderne participe alors de construits socationaturels élaborés, sur lesquels le discours moderne prend appui. Nous nous intéresserons donc brièvement à ces discours prémodernes sur l'eau afin de situer l'originalité de la conception moderne de l'eau et de constater la part de continuité avec le discours traditionnel dans le domaine de la santé (lequel participe toujours à la qualification de l'eau embouteillée).

On connaît l'antique métaphysique de l'eau comme élément fondamental (avec l'air, le feu et la terre). Toutefois, ses implications socationaturelles sont facilement négligées. En effet, la notion d'élément fondamental est subitement abolie à la fin du XVIII^e siècle, par la chimie moderne constituée de la nouvelle terminologie de Lavoisier. Néanmoins, les propriétés particulières des principes aqueux aristotéliens persisteront dans le vocabulaire de la médecine thermaliste et hippocratique. Ceci s'explique justement par le fait que l'expertise sur l'eau antérieure à l'avènement de la chimie moderne ne s'intéresse pas à une entité unique,

mais à une multitude d'eaux. Celles-ci sont qualifiées par des propriétés actives (humide, chaud et froid), qui agissent sur la santé puisqu'elles participent de la vie elle-même. L'objet de l'expertise médicale concernant l'eau est donc l'identification et le recensement de ces propriétés primaires qu'on associe à des caractéristiques secondaires. Il s'agit principalement de la lourdeur ou de la légèreté de l'eau, ainsi que de sa température (la présence de l'élément aérien peut aussi s'avérer importante). Ainsi:

« [w]hile there were general types there was also a sense of infinite variation; waters had qualities or properties that went far beyond taste and salubrity and even beyond the poorly marked borders of the natural » (Hamlin, 2000, p. 315).

Des traités de philosophie naturelle, de médecine et d'alchimie fournissent alors de précieuses indications concernant les propriétés de certaines eaux (Hamlin, 2000, p. 313 à 319). On y démontre que celles-ci possèdent un potentiel prophylactique stupéfiant, qui va de la guérison de la constipation et des rhumatismes en passant par le philtre d'amour et la pétrification subite. Le choix d'une eau s'avère alors une question dont la sophistication et la complexité dépassent largement la potabilité. Bien que les questions géographiques et géologiques soient étudiées, Hamlin précise que l'expérience subjective demeure l'instrument expérimental par excellence. En effet, *« the human system (and not just its senses) was seen as the most sophisticated instrument in qualitative assesment of waters »* (2000, p. 318). Par exemple, la question de la légèreté (ou de la lourdeur) de l'eau s'estime par son effet sur la digestion et non par la mesure de son poids. En plus des qualités « naturelles » de l'eau, des qualités surnaturelles et sacrées participent du savoir traditionnel. En effet, de la simple eau bénite jusqu'aux sources et puits miraculeux, l'eau peut se manifester comme le médium du sacré. Ainsi, les savoirs philosophiques, médicaux et les mystères de la foi se combinent dans un construit socionaturel sophistiqué, à l'intérieur duquel la chimie moderne opère au départ comme agente sociotechnique.

En effet, l'analyse chimique de l'eau vient d'abord appuyer les théories médicales prémodernes, par l'analyse des sels contenus dans l'eau minérale; lesquels fournissent une explication scientifique aux propriétés curatives des eaux. Hamlin explique ainsi:

« The fonctions of the holy wells and mineral springs overlapped : both might be sought to cure [...] or simply to improve the tone of one's health in general [...] In the case of mineral water, too, uniqueness was important : the fame of one's spring was proportional to its powers in curing what could be cured nowhere else [...] It was all a matter of promotion, and from the 16th century on, one of the chief means of making the case to the the public of the benefits of a new spring was to publish an analysis of its waters. This was also a means of defending established springs against newcomers. Analysis did not displace other means of persuasion, such as testimonials of cures, explanations of the presumed physiological effects of the waters applied internally or externally, and descriptions of the lodgings, climate, and, most importantly, of the other visitors one might meet at a spa. Ideally, a water analysis simply translated those advantages into the universal language of science, the better to allow the promoter to highlight the uniqueness of the spring and distinguish its water from anything available elsewhere » (Hamlin, 2000, p. 320).

Ainsi, la chimie moderne ne révolutionne pas d'emblée le construit socio-naturel de l'eau dans son rapport à la santé. Elle semble plutôt y participer. Le chimiste se présente ainsi comme un agent sociotechnique au service de la médecine traditionnelle (thermaliste) et de l'industrie lucrative du spa qui s'y associe. Ainsi, les découvertes de la chimie moderne reconstruisent le discours traditionnel sur la relation de l'eau à la santé, mais soutiennent son efficacité thérapeutique. Toutefois, la méthodologie scientifique induit paradoxalement une conception ontologique unifiée de l'eau. En effet, la chimie se présente à la fois comme moyen de distinction et de comparaison. Si l'on s'appuie sur la chimie pour qualifier une eau, c'est en fonction des sels en solution qu'elle contient. Par conséquent, toutes les eaux deviennent potentiellement comparables et identiques en ce qui concerne leur propriété aqueuse. Le procès de transformation définitif advient en 1774, alors que Joseph Priestley (1733-1804) isole l'oxygène, ce qui conduit à la définition de la composition chimique de l'eau par les travaux de Lavoisier (1743-1794). À la fin du XVIII^e siècle, l'eau est ainsi reconnue en tant que composé chimique: le H₂O. Les eaux minérales deviennent alors du H₂O contenant une certaine concentration de sels minéraux et de gaz, lesquels sont perçus comme éléments actifs de celle-ci. Par conséquent,

« [...] in the mid-18th century a second wave of capitalism hit the mineral waters industry. The manufacturer who could imitate the magic water and the entrepreneur who could bottle and sell it could make widely available a medicine hitherto limited to the elite » (Hamlin, 2000, p. 320).

La première dimension de la conception moderne de l'eau est donc la suivante: il s'agit de la reconstruction de la relation de l'eau à la santé, telle que reconnue par la culture traditionnelle (médicale, spirituelle, historique et folklorique) selon un paradigme scientifique, qui, par un procès de réduction, unifie les eaux en une eau, le H₂O. L'expérience subjective des propriétés d'une eau est alors remplacée par l'analyse chimique objective. Toutefois, la pratique normale de la chimie d'analyse de l'eau a pour effet de maintenir l'idée prémoderne de la différence entre les eaux. Le chimiste devient l'agent de qualification par distinction et association de sources distinctes et d'eaux embouteillées manufacturées. Cette reconstruction socationaturelle permet une première marchandisation de l'eau embouteillée en autorisant la circulation des propriétés curatives de l'eau, lesquelles sont détachées de leurs origines (sur)naturelles (géographiques et métaphysique) et mises en concurrence autour de leurs attributs chimiques (gaz et sels minéraux).

Cette proximité sociotechnique entre la chimie, la médecine et l'industrie de l'eau embouteillée est illustrée par le passage suivant, tiré de l'article *Bottled Water, Spas, and Early Years of Water Chemistry* (Back, Land et Meeks, 1995):

« Priestley's influence led to the establishment of a " Pneumatic School of Medicine " for the purpose of treating diseases by inhalation of gazes. The Schweppes Company of carbonated water, regards Joseph Priestley as " the father of our industry, " because of Jacob Schweppe's association with Priestley in developing " aerated " water for commercial sale beginning in Geneva in 1783. [...] For his suggestion that carbonated water may be useful in curing or preventing sea scurvy – his first contribution to the chemistry of gazes – the Royal Society awarded him the Copley Medal in 1773 » (p. 607).

Nous constatons toutefois que l'analyse de l'eau du XVIII^e siècle ne s'intéresse qu'aux éléments inorganiques, alors que la conception contemporaine de l'eau potable met surtout l'accent sur la présence ou l'absence d'agents pathogènes. En effet, la conception unifiée de l'eau est le point de départ d'une seconde dimension de la conception moderne de l'eau, soit celle d'être un vecteur de maladies spécifiques.

L'événement canonique associé à cette compréhension de l'eau est la publication en 1854 de la seconde édition de *On the mode of communication of cholera* par John Snow. Dans cet

essai, l'hygiéniste démontre la responsabilité du système de distribution d'eau dans la diffusion d'une maladie. Snow parvient à démontrer que, dans un quartier populaire de Londres, seuls les gens ayant consommé de l'eau qui provenait de la pompe de la rue Broadstreet ont été victimes du choléra. Il retrace ensuite l'origine de la contamination. Celle-ci aurait pour point de départ une brasserie à proximité de la source d'alimentation en eau de la pompe. Cette entreprise avait ainsi à son service un employé atteint du choléra, dont les excréments auraient contaminé le réseau (Hamlin, 1990, p. 127-128). On retira donc la manivelle de la pompe, ce qui mit fin à l'épidémie. L'originalité de la découverte (si tant est qu'il s'agisse d'une découverte) n'est pas que l'eau soit la cause de maladies – comme nous l'avons vu, les risques associés à l'eau sont connus depuis toujours – mais bien que quelque chose *dans* l'eau soit à l'origine de la diffusion d'une maladie par contagion à partir d'un point d'émergence déterminé.

Cette seconde dimension a donc pour principal moteur la révolution médicale induite par la diffusion de la théorie de la contagion microbienne de la maladie. Cette révolution fait suite à la démonstration, en 1870, de l'origine microbienne des maladies infectieuses par Pasteur, suivie en 1880 de la découverte du bacille typhique par Eberth puis celle du bacille de la tuberculose (1882) et du vibrion cholérique (1885) par Koch (Hamlin, 2000 ; Goubert, 1986, p. 50). Toutefois, comme l'a démontré Bruno Latour (1984), cette révolution microbienne s'inscrit elle aussi à l'intérieur de pratiques médicales préscientifiques (ou protoscientifiques), associées au mouvement hygiéniste dans son ensemble. Ce mouvement est effectivement propulsé par le succès des nouvelles pratiques médicales, mais est aussi porteur de faussetés et de nombreuses spéculations infondées. Ainsi, si du point de vue des techniques médicales et des savoirs épidémiologiques la révolution microbienne est en définitive déterminante, ce sont les transformations sociopolitiques engendrées par le mouvement hygiéniste qui apparaissent centrales pour la construction de la conception moderne de l'eau. À l'heure actuelle, le traitement de l'eau destiné à la consommation dépend de ces nouveaux savoirs épidémiologiques, alors que l'idée d'un droit universel à l'accès à un réseau d'aqueduc public provient des conséquences sociales du mouvement réformiste hygiéniste, qui fut mis en œuvre avant, malgré et au-delà des découvertes pasteurienne.

En effet, l'insalubrité des régions urbaines et en particulier des milieux ouvriers à la suite de la révolution industrielle a conduit les gouvernements à intervenir politiquement en vue de l'amélioration des conditions sanitaires des populations ouvrières urbaines. Les Britanniques sont pionniers dans cette approche hygiéniste. Sir Edwin Chadwick profite, en effet, de la réforme de la *Poor Law* (1838) pour produire le *Report on the Sanitary Condition of the Labouring Population of Great Britain* (1842). Ce rapport conclut que l'insalubrité cause la maladie et produit la pauvreté. La solution pratique la plus économique pour faire face à ce problème est donc de prendre des mesures en faveur de la propreté des pauvres. Si ce rapport a la conséquence déterminante d'engendrer la mise en place de réseaux de distribution d'eau desservant la population ouvrière en Grande-Bretagne (et éventuellement dans les colonies canadiennes), ses conclusions ne s'appuient pas sur une conception épidémiologique scientifique et ne vise pas davantage à déterminer la potabilité de l'eau. En effet, non sans un certain arbitraire,

« [Chadwick] had decided that the prime cause of disease was atmospheric impurity and that water could help by 'cleansing and removing solid refuse and impurities.' But too often there wasn't enough water to flush the cities [...] As for water quality, Chadwick virtually ignored it the report, noting only that some of the provincial informants had suggested a relationship between bad water and illness. [...] The main brief against hard water was not directly medical at all : it was unsuitable for removing urban filth because it wasted an enormous quantity of soap. The report's final word on water was that 'the formation of all habits of cleanliness is obstructed by defective supplies of water' » (Hamlin, 1990, p. 108).

La volonté d'intervention émerge donc d'une rationalisation utilitariste relevant d'une problématisation socio-économique. L'objectif avoué est en effet d'améliorer la longévité des ouvriers afin d'enrayer les pertes économiques engendrées par le décès prématuré de cette précieuse main d'œuvre (Chadwick, 1842); ce que Latour appelle l'« indiscutable conflit de la santé et de la richesse » (1984, p. 22).

L'utilisation de l'eau s'intègre donc à une rationalisation utilitariste et la conception moderne hygiénique mobilise la fonction économique de l'eau. Celle-ci n'était d'ailleurs pas absente de l'articulation chimie-médecine-embouteillage; l'analyse chimique permettant de découvrir et

de promouvoir des sources thermales potentiellement lucratives, ou de mettre en marché des succédanés industriels.

Toutefois, l'accès à l'eau « en quantité » constitue une autre forme d'utilité engendrée par le registre environnemental de l'hygiénisme, et dont l'agence scientifique est principalement l'économie politique. L'eau participe d'ailleurs activement aux premières phases d'industrialisation. Celle-ci intègre directement la production industrielle comme source d'énergie, comme solvant, afin de refroidir les machines, pour le nettoyage des installations ou, comme nous venons de le voir, de la main d'œuvre.

Cette lecture, située au niveau industriel et économique de la production, réfère donc à l'eau en tant que ressource naturelle, sollicitant la juridiction et la responsabilité d'un gouvernement. Cette notion de *ressource* nous apparaît comme la troisième composante de la conception moderne de l'eau.

À la modernisation de nos rapports à l'eau correspondrait donc une conception moderne de l'eau, issue de la prolifération historique de liens sociotechniques entre la chimie, la médecine, le droit et l'économie. Ces liens génèrent des constructions socionaturelles modernes concernant l'eau selon trois composantes: 1) l'unité de la substance vitale eau 2) l'eau comme vecteur potentiel de morbidité et 3) l'eau comme ressource naturelle.

Dans la section suivante, nous nous proposons de reconstruire la biographie de l'eau dans le contexte québécois selon deux paradigmes concurrents, qui articulent les trois dimensions du construit socionaturel moderne. D'une part un paradigme *hygiéniste*, qui mobilise l'analyse chimique et bactériologique de l'eau en même temps que la question de l'accessibilité à des fins sanitaires et alimentaires. D'autre part, un paradigme de la *ressource naturelle*, qui invoque le potentiel économique de la ressource. Ces deux paradigmes sont alors confrontés par un procès de *modernisation écologique*. Ce procès aurait pour conséquence d'organiser politiquement et juridiquement ces deux paradigmes, établissant le contexte de la marchandisation de l'eau au Québec.

2.2 Survol des interventions politiques et évolution des paradigmes constituant la *modernisation écologique* du Québec concernant l'eau

Nous utilisons le concept de *modernisation écologique* selon l'acception suivante: les sociétés libérales capitalistes développent des moyens institutionnels pour réformer leur impact sur l'environnement, à travers un processus de modernisation sociopolitique et industriel (Buttle, 1999). Le procès de modernisation écologique s'intègre à l'articulation de la science et de la technique à l'intérieur d'un régime économique capitaliste, lequel sécrète des formes spécifiques de rapports à la nature; ce que nous avons qualifié de construits socionaturels. Nous nous inspirons particulièrement de la lecture souple du concept qu'en fait le sociologue Louis Guay (1999). Ce dernier conçoit le procès de modernisation écologique comme un mouvement qui comporte trois dimensions. Il s'agit d'abord d'un procès de rationalisation du rapport à la nature, suivant la prise de conscience des problèmes écologiques engendrés par la modernité. Ensuite, cette rationalisation procède par le développement d'instruments institutionnels destinés à organiser et à mettre en œuvre des solutions reliées à ce premier procès de rationalisation. La prise en charge institutionnelle qui s'en suit devient alors une pratique normale des gouvernements. Finalement, ce double procès de rationalisation et d'institutionnalisation se développe par la mobilisation simultanée des ressorts de la rationalité scientifique et des savoirs du sens commun de l'expérience ordinaire (1994 ; 1999). Ce triple mouvement - technoscientifique, politique-institutionnel, public-expérienciel – sera donc mis en correspondance avec les trois dimensions constitutives du procès de construction socionaturelle de l'eau. Le construit moderne de l'eau est en effet engendré par trois dimensions constitutives: 1) l'unité de la substance vitale eau; 2) l'eau comme vecteur potentiel de morbidité; et 3) l'eau comme ressource naturelle.

Le concept de *modernisation écologique* nous permet donc de justifier la dynamique de construction socionaturelle en la situant à l'intérieur d'un procès paradoxal de la modernité capitaliste, qui engendre les problèmes qu'elle découvre et résout. Ceci nous permet de poser l'hypothèse de l'articulation de représentations, de valeurs et de pratiques, qui débouchent sur deux structures paradigmatiques conflictuelles: un *paradigme hygiéniste* sanitaire et alimentaire, et un *paradigme de la ressource naturelle* productif et économique. Ces deux paradigmes socionaturels concurrents nous serviront de repères pour reconstruire une

biographie de l'eau au Québec, et ainsi déterminer les conditions spécifiques de son potentiel de marchandisation (*commodity candidacy*).

Nous tenterons donc maintenant de repérer l'apparition et l'évolution de la conception moderne de l'eau dans le droit québécois. Cette évolution témoigne du procès de modernisation écologique qui constitue la biographie de l'eau. Nous identifions trois étapes à ce procès. Une première étape, débutant au XIX^e siècle et se poursuivant jusqu'aux années 1960, pendant laquelle les deux paradigmes se développent de façon autonome. Une seconde phase commence avec l'établissement de la *Commission d'étude des problèmes juridiques de l'eau* de 1970. Cette phase réflexive engage le Québec vers une véritable articulation des paradigmes en confrontant la problématique de l'opposition entre les « besoins de l'homme » et ceux des « besoins de développement économique » (p. 19). Une troisième phase, initiée par la *Politique nationale de l'eau* en 2002 et qui se termine dans la *Loi sur l'eau* adoptée en 2009, affirme la valeur économique *intrinsèque* de l'eau, comprise comme ressource collective également essentielle à l'humain et à l'industrie.

Afin de situer l'émergence de la conception moderne de l'eau au Québec, notons d'abord *Le Rapport de E.S. de Rottermund, écuyer, chimiste de l'exploration géologique de la province* commandée par le secrétaire provincial (Haut-Canada) en 1846, qui vise à déterminer le potentiel économique de sources d'eau pouvant être exploitée à des fins médicinales. On y envisage principalement le tourisme thermal, mais aussi le potentiel complémentaire de la production d'eau minérale embouteillée. Voici un extrait significatif portant sur trois sources de la région de Township Nelson, illustrant la teneur de la démarche:

Ces sources sont au milieu d'une forêt superbe composée de chênes, de hêtre (sic), de sapins, et d'érables, à quelques miles de la rivière [...] Ces sources contiennent du sulfate de protoxide (sic) de fer, du sulfate d'alumine et de potasse, de chlorure d'antimoine, du chlorure de zinc, du sulfate de magnésie et de chaux, des matières résineuses et de l'albumine végétale. La température de l'eau est de 47°.

.....

J'ai goûté ces eaux mêmes en quantités assez forte, j'ai senti qu'elles agissent plus sur le système nerveux et la circulation du sang. Je sais que plusieurs maladies ont été

guéries par le moyen de ces sources [...] Il est de mon devoir d'attirer l'attention sur l'importance de cette source, pour que le Gouvernement, dans l'intérêt de l'humanité, puisse encourager celui qui voudrait bien organiser une exploitation commode afin d'en retirer les bienfaits et les avantages qui pourraient en résulter pour la médecine. (p. 11-12)

Ce rapport demeure plutôt anecdotique, mais il témoigne d'une représentation nouvelle de l'eau en tant que composé chimique et ressource géologique minérale. On constate toutefois que, jusqu'en 1850, les principales fonctions économiques couvertes juridiquement sont celles de la pêche et du transport, qu'il s'agisse de la navigation ou du flottage du bois (Brun, p. 12-25). Cependant, à partir du milieu du XIX^e siècle, l'utilisation industrielle de l'eau commence à modifier les rapports socio-économiques entourant son usage. Ainsi, en 1856, la Cour seigneuriale confirme que l'usage normal permis aux seigneurs riverains exclut l'usage des cours d'eau pour l'opération de machinerie, à l'exception des moulins banaux destinés à la mouture du grain. La même année, la législature du Canada-uni, qui considère alors l'eau comme « un grand moyen de prospérité pour le pays » (Brun, op cit, p. 37), réagit en adoptant l'*Acte pour autoriser l'utilisation des cours d'eau* qui précise :

[t]out propriétaire est autorisé à utiliser à exploiter tout cours d'eau qui borde, longe ou traverse sa propriété, en y construisant et établissant des usines, moulins, manufactures et machines de toute espèce, et pour cette fin y faire et pratiquer toutes les opérations nécessaires à son fonctionnement, tel que écluses, canaux, murs, chaussées, digues et autres travaux semblables (sic)(p.37).

Cette loi fédérale reflète une transformation dans la façon d'envisager l'usage économique de l'eau, qui implique un paradigme concevant l'eau comme une ressource naturelle associée aux différentes technologies d'utilisation qui l'exploite. Cette nouvelle conception de l'eau investit par conséquent le gouvernement québécois d'une responsabilité de contrôle de la ressource envisagée comme capital. C'est pourquoi, entre 1910 et 1954, la *Commission des eaux courantes* entreprend des études sur la distribution, la gestion et la conservation des ressources hydriques (Hébert, 2008, p. 432). Celle-ci a pour principal objectif l'émission de licences d'exploitation et la construction de barrages afin d'augmenter ou de régulariser le débit d'eau. Une figure de style éclairante apparaît dans le rapport sur *Les ressources naturelles du Québec* commandé par le Service de renseignements sur les ressources

naturelles du ministère de l'Intérieur (publié en 1924 et révisé en 1926). Dans le chapitre portant sur les « Forces hydrauliques », on qualifie l'eau de « houille blanche » associant directement l'eau au charbon.

Comme nous l'avons mentionné, le paradigme hygiéniste se développe d'abord de façon indépendante. On constate que l'usage sanitaire de l'eau est juridicisé dès le XVII^e siècle avec, par exemple, l'article 15 du *Règlement du Conseil concernant la police* de Québec, qui stipule:

Il est enjoint à tous bouchers que lorsqu'ils tueront des bêtes en cette ville, d'en porter à l'instant à la rivière tout le sang et immondices, pour empêcher l'infection que cela pourrait causer, sous peine de dix livres d'amende (*dans Brun, 1969, p. 10*).

Toutefois, le Québec adopte de véritables politiques hygiénistes à la suite de la *Commission royale d'enquête sur le capital et le travail* (entre 1886-1889). Ainsi, en 1890, une loi nommée *Loi sur la santé publique* aborde directement la question de l'accès à l'eau selon une perspective hygiéniste. Cette loi ne produit pas d'organe normatif apte à sanctionner ou émettre des règlements, mais établit toutefois un « conseil d'hygiène » (Brun, p. 68) composé de médecins reconnaissant les conséquences de l'insalubrité de l'eau sur la santé humaine. Ce conseil a pour mandat de donner des avis aux administrateurs quant à l'approvisionnement en eau, mais aussi la diffusion des pratiques et conceptions hygiéniste dans la population, par l'intégration d'un volet science et hygiène dans l'enseignement scolaire. En 1891, le Docteur Séverin Lachapelle publie donc le *Manuel d'hygiène à l'usage des écoles et des familles*. La huitième leçon du manuel porte sur les « [p]rincipaux aliments du règne minéral ». Il s'agit, en réalité, d'un inventaire de type prémoderne, qui décrit les eaux de pluie, les eaux de puits, les eaux de citerne, les eaux de source, les eaux des lacs, les eaux des rivières et l'eau de neige ou de glace. Le docteur Lachapelle affirme ailleurs qu'« [u]ne eau potable doit être incolore, sans odeur, ayant une saveur agréable, aérée, tenant en solution, mais en quantité insensible, différents sels, spécialement du carbonate de chaux et du sel de cuisine » (p. 68). Malgré une recommandation de bouillir l'eau « suspecte » et, dans une autre leçon, celle de se faire vacciner, force est de constater que le paradigme microbien et la conception chimique de l'eau se confondent avec des idées aéristes et hippocratiques de la santé. Les observations de

l'historien Martin Tétreault (1995) indiquent d'ailleurs que l'enjeu principal du conseil d'hygiène n'est alors pas la qualité de l'eau elle-même, mais surtout son accessibilité inégale (et injuste) en milieu urbain même une fois qu'un système d'approvisionnement public est mis en place. Ainsi, « [...] à Montréal, à la fin du XIX^e siècle, l'eau était déjà l'objet d'une taxation. Les usagers qui n'avaient pas effectué leur paiement annuel, trente jours après le 15 août, se voyaient privés d'eau » (p. 144). En 1901, une *Loi d'hygiène publique* met sur pied une autorité sanitaire ayant le pouvoir de faire des règlements destinés à « [...] prévenir la pollution des lacs, rivières, cours d'eau, puits, réservoirs et sources quelconques d'approvisionnement d'eau et à en assurer l'assainissement » (cité dans Brun, 1969, p. 40).

Ces interventions publiques, qui visent à administrer le rapport social à l'eau, apparaissent comme la toute première étape de modernisation écologique du Québec. Il s'agit donc, d'une part, de moyens technologiques pour assurer la « propreté » de l'eau et de mesures environnementales qui se traduisent concrètement par des normes de salubrité de l'eau destinée à la consommation et par l'installation d'égouts pour éviter la contamination des sources d'approvisionnement. Il s'agit aussi, d'autre part, d'actions orientées vers la transformation graduelle des comportements (non)hygiéniques dans la population. Ainsi, l'étude sur l'hygiène publique commandée par la *Commission royale des relations entre le Dominion et les provinces* mentionne:

[On commence] à remplacer le travail négatif d'empêcher la diffusion des maladies par le travail positif de développer des habitudes saines dans la vie quotidienne de l'individu [...] [et] d'examiner le milieu matériel et social du point de vue de leurs mauvais effets sur la santé publique (Grauer, 1939, p. 2).

Tout porte donc à croire que les progrès scientifiques concernant la dimension pasteurienne de l'hygiène demeurent relativement indépendants des pratiques sanitaires de l'accès public à l'eau. Aucune étude historique ne porte spécifiquement sur cette question, toutefois, une remarque de l'historien Yves Hébert concernant la création en 1942 de l'Office de biologie du Québec dans les laboratoires de l'Université de Montréal semble appuyer cette présomption. Celui-ci mentionne que « l'on [y] étudiera pour la première fois, sans doute, la matérialité de la pollution » (2008, p. 433). Ce n'est d'ailleurs qu'en 1964 que le Québec se dote d'une

Régie des eaux, ayant « [...] le devoir de surveiller et de contrôler la qualité des eaux de surface et souterraines » (Brun, p. 40). Il s'agit donc d'une première intervention juridique posée en direction d'une modernisation proprement écologique, qui implique le passage d'une notion sanitaire portant sur la salubrité générale de l'environnement à une conception écologique axée sur la « qualité » de l'eau. Ce changement conduit à doter la régie de la capacité de faire « [...] des règlements relatifs à toute opération donnant naissance à la pollution des eaux. » (Brun, p. 40) Dès lors, un croisement entre le paradigme hygiéniste et le paradigme de la ressource intervient. En effet, une instance détient désormais le pouvoir de préserver l'eau des conséquences de son utilisation sanitaire ou industrielle.

Une dimension de conservation intègre ainsi le paradigme de la ressource naturelle. Ainsi, en 1965, le Ministère des Richesses naturelles règlemente l'utilisation des eaux souterraines à partir de la *Loi des mines* en interdisant à quiconque, sauf au propriétaire d'un fonds, de prospecter pour capter des eaux souterraines sans l'autorisation du ministre (Brun, p. 40). À partir des années 1960, le problème de la pollution de l'eau par l'industrie redevient manifeste et des problèmes ponctuels de manque d'eau potable surgissent, mettant à mal les infrastructures de distribution publique. L'eau potable, déterminée par un paradigme hygiéniste, apparaît dès lors simultanément, sous la forme d'une ressource naturelle limitée. L'État est alors aux prises avec des responsabilités conflictuelles face à l'eau et met par conséquent sur pied la *Commission d'étude des problèmes juridiques de l'eau* de 1970, aussi appelée *Commission Legendre*. Une seconde phase de modernisation écologique débute ainsi. Selon les termes de la *Commission Legendre*, le problème provient de l'opposition des « besoins de l'homme » avec les « besoins de développement économique ». L'eau est alors qualifiée par la terminologie hybride de « ressource vitale » (Legendre, 1970, p. 19.).

Cette commission est un événement réflexif déterminant pour le procès de modernisation écologique, puisqu'elle émerge d'une insuffisance de la rationalité libérale à légitimer l'exploitation de cette *ressource vitale* lorsque saisie du point de vue la rationalité scientifique. En effet, le raisonnement libéral articule les relations au monde matériel et social à travers, d'une part, le droit absolu de propriété et, d'autre part, la relation contractuelle entre individus libres, égaux et responsables. Dès lors, le cas de l'eau unifiée devient problématique

puisque toute activité privée qui fait intervenir la ressource en modifie nécessairement la qualité. Cette altération de l'eau a un effet nécessaire sur l'ensemble de la société. Ainsi, toute relation contractuelle privée qui implique l'eau a une conséquence indirectement politique. De plus, la notion de cycle hydrique essentiel à toute forme de vie autorise la rationalité scientifique à pénétrer la totalité des interactions humaines avec son environnement naturel. La *Commission Legendre* décrit la situation de la façon suivante:

Les principes juridiques qui sont à la base des divers régimes juridiques de l'eau actuellement en vigueur au Québec portent lourdement la marque de l'époque où ils ont été élaborés. Les plus importants d'entre eux qui lient l'usage de la ressource à la propriété foncière datent des heures glorieuses de l'Empire romain et tous les autres ont été élaborés sur ces assises dans des contextes idéologiques, économiques et sociaux offrant peu de similitudes avec le contexte actuel. Ainsi témoignent-ils d'une absence totale de préoccupation à l'égard de la ressource elle-même, d'une mentalité imprégnée du libéralisme le plus pur et d'une connaissance scientifique de l'eau très rudimentaire. [...] Or les concepts juridiques de base du droit actuel doivent être remis en question, car leur opération depuis des siècles témoigne de leur insuffisance dans la solution du problème de l'eau. À partir d'une philosophie nouvelle de la conservation de l'environnement, un droit nouveau doit être élaboré qui réponde aux exigences minimales de la ressource en tant que telle et aux problèmes actuels de la société québécoise de manière à accorder la réalité juridique à l'état des connaissances scientifiques et des besoins sociaux et à assurer le rôle prépondérant de l'État dans la gestion de la ressource. [...] C'est en effet dans le mode d'existence même de l'eau qu'il faut chercher le fondement des principes de la gestion. (p. 69)

La prise de conscience de la dimension éminemment politique de l'eau appréhendée selon une rationalité scientifique (biologique, hydrologique et physique) permet à la commission de conclure en la nécessité d'élaborer un *Code de l'eau* afin de développer « [...] un domaine législatif constitué en dehors du droit public et du droit privé » (p. 73). Ainsi,

[...] si l'État veut assumer la responsabilité d'affecter la ressource pour en permettre l'utilisation optimale, il ne suffit plus de reconnaître le caractère de ressource collective en fonction de certaines utilisations privilégiées. C'est l'eau objet de droit et d'administration qui doit être reconnue ressource collective et les différentes utilisations ne seront possibles qu'en conformité avec les exigences de la ressource telles que définies dans la loi (p. 301).

Il s'agit d'une proposition radicale où l'on accepte de « liquider le passé » et même de relativiser le droit absolu de propriété par l'intermédiaire de l'eau. On affirme donc :

Non seulement la propriété foncière doit être soumise à certaines contraintes destinées à la protection de l'eau, mais il faut bien admettre que la nature physique de l'eau postule que tous les biens-fonds doivent être susceptibles de recevoir l'eau qui s'écoule naturellement des terrains supérieurs (p. 309).

La commission envisage donc de développer des organes administratifs habilités à « [...] concevoir simultanément le phénomène-objet eau, le phénomène-action des usages de l'eau et le phénomène-relation des contraintes réciproques existant entre les deux » (p. 145).

La Commission *Legendre* n'a toutefois pas conduit à la constitution d'un Code de l'eau et l'articulation du principe de ressource collective avec celui de ressource vitale demeure en suspend. Il est cependant clair qu'on entre alors dans une nouvelle phase de modernisation écologique. Celle-ci exige d'articuler systématiquement l'exploitation économique de la ressource avec les acquis sociaux hérités des politiques hygiénistes, qui se sont développées depuis la fin du XIX^e siècle. Et ce, tout en ayant conscience du potentiel politique des instruments et savoirs scientifiques. L'historien Yves Hébert associe ainsi la conclusion de la commission, qui condamne l'absence de recherche scientifique sur l'eau au Québec, à la fondation, en décembre 1969, de l'Institut national de la recherche scientifique (INRS), dont les deux premières composantes sont l'INRS-eau et l'INRS-énergie (2008, p. 436). On ajoute ainsi une nouvelle dimension scientifique au processus d'institutionnalisation des rapports sociaux à l'eau. Ajoutons que la commission est à l'origine de la *Loi sur la qualité de l'environnement* (1972). Cette dernière conduit à la création en 1978 du ministère de l'Environnement, suivie de près par la mise sur pied du Bureau d'audiences publiques sur l'environnement (BAPE). L'établissement du BAPE vient compléter cette seconde phase de modernisation écologique, puisqu'il établit un moyen de communication entre le gouvernement et la population. Ce nouveau mouvement de réflexivité écologique déborde des enjeux concernant strictement l'eau. L'eau n'est en effet qu'un élément intégré à une conception environnementale de plus en plus inclusive. Toutefois, le Québec lance un vaste programme d'assainissement des eaux en 1978, mis en œuvre par la gestion municipale des services.

Le gouvernement québécois étant désormais doté de nouveaux moyens de signalement, ce n'était qu'une question de temps avant que les problèmes administratifs, restés latents depuis la Commission Legendre, ressurgissent. Ainsi, c'est dans le cadre des activités du BAPE que s'effectue la *Commission sur la gestion de l'eau*, qui débouche sur la publication du *Rapport Beauchamp* publié en 2000. Cette commission se distingue de celles citées précédemment, lesquelles mobilisaient des experts pour enquêter sur un problème et proposer des solutions. La *Commission Beauchamp* se présente plutôt comme une vaste consultation publique, de laquelle doit se dégager des recommandations visant à concilier les points de vue des parties prenantes. Deux ans plus tard, le gouvernement du Québec opérationnalise les conclusions du rapport et adopte sa *Politique nationale de l'eau*. Celle-ci postule sept principes cadres généraux d'orientation:

- (1) L'eau fait partie du patrimoine collectif de la société québécoise.
- (2) La protection, la restauration et la mise en valeur de l'eau requièrent un engagement collectif.
- (3) Le principe de précaution doit guider l'action de la société québécoise envers sa ressource eau.
- (4) Chaque citoyen doit pouvoir bénéficier, à un coût abordable, d'un accès à une eau potable de qualité.
- (5) Les usagers doivent être redevables quant à l'utilisation et la détérioration de l'eau selon une approche utilisateur-payeur et pollueur-payeur.
- (6) La ressource eau doit être gérée de manière durable et intégrée, dans un souci d'efficacité, d'équité et de transparence.
- (7) L'acquisition et la diffusion de l'information sur l'état de la ressource eau et des pressions qu'elle subit constituent des éléments essentiels à une gestion intégrée de l'eau (p. 7).

Ces principes cadres seront au cœur de la *Loi sur l'eau*, adoptée en juin 2009. Cette loi apparaît comme l'aboutissement juridique d'un procès de modernisation écologique concernant l'eau, dont la *Commission Legendre* fut le moment réflexif pivot. Cette loi apparaît significative sur le plan de la marchandisation de l'eau, puisqu'elle affirme la valeur

intrinsèque de la ressource. Ainsi, plutôt que de développer un code de l'eau en marge du marché, c'est une solution d'administration des biens que la province préconise, alors qu'elle en constitue une articulation entre les principes utilisateur-payeur et pollueur-payeur.

La logique de détermination de la valeur intrinsèque de l'eau se constitue de la façon suivante. Le parlement décrète à l'article 2: « Dans les conditions et les limites définies par la loi, chaque personne physique, pour son alimentation et son hygiène, a le droit d'accéder à l'eau potable. » Alors qu'à l'article 5, portant sur le principe de prévention, on stipule que: « [t]oute personne a le devoir, dans les conditions définies par la loi, de prévenir ou, à défaut, de limiter les atteintes qu'elle est susceptible de causer aux ressources en eau et, ce faisant, de prendre part à leur protection ». Le principe utilisateur-payeur permet alors d'établir comment remplir son devoir de protection de la ressource. L'article 4 affirme ainsi que:

Les coûts liés à l'utilisation des ressources en eau, dont les coûts de protection, de restauration, de mise en valeur et de gestion, sont assumés par les utilisateurs dans les conditions définies par la loi et en tenant compte des conséquences environnementales, sociales et économiques ainsi que du principe pollueur-payeur.

On constate que le principe utilisateur-payeur détermine les coûts d'utilisation en invoquant le principe pollueur-payeur. En effet, le principe pollueur-payeur substitue aux « conséquences environnementales, sociales et économiques » de la pollution une compensation en argent équivalente aux « coûts de protection, de restauration, de mise en valeur et gestion ». Par conséquent, la mise en place du principe utilisateur-payeur implique que le droit individuel d'accéder à l'eau potable comporte un devoir collectif d'assumer les conséquences environnementales de l'utilisation de la ressource. Les coûts d'utilisation correspondent donc aux coûts engendrés par la conservation de la ressource (traitement ou limite). Tous les usages, qu'ils soient hygiénistes ou productifs, sont placés en situation d'équivalence. L'opposition entre les besoins de l'humain et ceux de l'industrie sont résolus par une médiation monétaire. On constitue ainsi un marché des usages de l'eau. Cette médiation économique détermine par conséquent les droits et devoirs du citoyen.

C'est donc un raisonnement économique qui se trouve au cœur du droit de l'eau québécois. Il nous semble ainsi constituer la toile de fond juridique du régime de valeur de l'eau au Québec. La *Loi affirmant le caractère collectif des ressources en eau et visant à en renforcer la protection* est issue de l'évolution de la conception moderne de l'eau dans le contexte capitaliste québécois. Celle-ci doit donc articuler les conséquences des politiques hygiénistes, confrontées au mandat de développement économique dévolue à l'état québécois. Ainsi,

[...] l'État, en tant que gardien des intérêts de la nation dans la ressource eau, se doit d'être investi des pouvoirs nécessaires pour en assurer la protection et la gestion [et] doit aussi disposer des fonds nécessaires à la gouvernance de l'eau, notamment par l'établissement de redevances liées à la gestion, à l'utilisation et à l'assainissement de l'eau.

Le construit socionaturel québécois de l'eau implique donc un lien intrinsèque entre l'eau comprise comme ressource économique et l'eau saisie comme une ressource vitale. Ce lien étant juridiquement établi.

2.3 Conclusion

La reconstruction de l'histoire de la conception moderne de l'eau, ainsi que son intégration et son évolution dans la structure civile et juridique du Québec, visait à répondre à la question suivante: quelles sont les conditions socionaturelles de base qui autorisent la marchandisation de l'eau dans le contexte québécois? Nous avons d'abord établi que le Québec intègre la conception moderne de l'eau par l'articulation de trois composantes: 1) l'unité de la substance vitale eau; 2) l'eau comme vecteur potentiel de morbidité; et 3) l'eau comme ressource naturelle. Ceci nous a permis de relever l'instauration de démarches visant la diffusion d'une conscience hygiénique au Canada et au Québec, dès le tout début du XX^e siècle, ainsi que l'établissement de normes de qualité pour l'eau potable à l'échelle provinciale à partir de 1964, sous la gouverne de la Régie des Eaux. L'unité de la substance vitale eau en tant que composé chimique universel était d'ailleurs le moteur de la Commission Legendre, laquelle visait à résoudre les conflits d'usages substantifs et productifs.

La décision du gouvernement de se tourner vers une solution économique plutôt que politico-juridique nous conduit à penser que l'eau en tant que ressource naturelle est l'élément déterminant du construit socionaturel du Québec. Celui-ci culmine dans le postulat de la valeur intrinsèque établie par la *Loi sur l'eau*. Au fondement du régime de valeur de l'eau au Québec, nous pouvons suggérer un agencement socionaturel profilé par le paradigme de la ressource qui conçoit l'eau comme « ressource vitale » possédant une « valeur intrinsèque ». Cette valeur procède de la rareté de l'eau suivant la concurrence des usages, qui en affectent nécessairement la qualité. En effet, les usages industriels et sanitaires de l'eau sont essentiels au progrès de la société capitaliste québécoise, bien qu'ils épuisent, par pollution, une ressource limitée. Selon cette logique, toute eau possède une valeur qui correspond ultimement au maintien de sa qualité vitale. L'enjeu devient donc d'évaluer cette qualité ainsi que les coûts nécessaires au maintien de cette qualité.

Ce problème de l'évaluation de la qualité de l'eau nous fait basculer du domaine politico-économique au domaine technoscientifique. L'autorité de la science sur l'évaluation de la qualité de l'eau est une condition déterminante de marchandisation de l'eau embouteillée. La conception moderne de l'eau repose sur l'élaboration d'une technologie objective de qualification de l'eau par la chimie et la médecine moderne. Celle-ci remplace alors graduellement et imparfaitement l'évaluation subjective. Comme nous l'avons vu, cette technologie d'évaluation a permis, à partir du XIX^e siècle, de détacher la ressource eau de son milieu socionaturel, et même de reproduire ses propriétés de façon technique pour ensuite en effectuer la circulation et la vente par l'embouteillage. Cette situation dévoile un paradoxe permettant la valorisation de biens d'eau individuels. En effet, la capacité technoscientifique d'évaluation de la qualité de l'eau unifiée H₂O, permet la distinction entre des eaux en particulier, qui possèdent des qualités spécifiques distinguées scientifiquement.

Le chapitre suivant s'intéressera donc aux conséquences de ces technologies de qualification dans la construction d'un marché de l'eau embouteillée.

CHAPITRE III

LE MARCHÉ DE L'EAU EMBOUTEILLÉE, UN RÉSEAU SOCIOTECHNIQUE MOBILISÉ POUR LA CONSTRUCTION D'UNE MARCHANDISE

Au chapitre précédent, nous avons tenté d'établir une biographie de l'eau, ce qui constituait la première dimension d'analyse du régime de valeur. Nous avons découvert comment la conception moderne de l'eau engendrait un processus de requalification des pratiques impliquant l'eau, à partir d'une référence à la conception scientifique de la substance chimique H₂O, adossée à deux axes de modernisation des rapports sociaux à l'eau: un axe hygiénique et un axe économique. Nous avons donc décomposé la conception moderne de l'eau en trois composantes nécessairement mobilisées pour qualifier l'eau et les pratiques relatives à cette dernière, et démontré comment cette conception moderne de l'eau s'était implantée au Québec. Les trois composantes: (1) l'unité de la substance vitale, (2) l'eau comme vecteur de morbidité et (3) la ressource naturelle, participent ainsi à un construit socationaturel québécois qui postule la *valeur intrinsèque de la ressource vitale*.

Nous nous intéresserons désormais à la seconde dimension d'analyse du régime de valeur: le potentiel de marchandisation (*commodity candidacy*). En effet, le postulat de la valeur intrinsèque, bien qu'il soit au fondement du régime de valeur en constituant un enchevêtrement des pratiques hygiéniques et productives concernant l'eau, n'implique pas nécessairement la marchandisation de la *ressource*. Pour qu'il y ait marchandisation, il doit y avoir transaction d'un *bien*. L'eau, substance vitale unifiée, doit donc être pourvue d'un potentiel d'appropriation privée et d'aliénation, qui autorisent la transaction marchande.

Nous tenterons donc désormais de déterminer un *cadrage* de base de la « marchandise eau », à partir duquel un procès d'identification /objectivation du bien est possible. Autrement dit, nous chercherons comment et par quels attributs est objectivée l'eau, de façon à ce qu'elle soit susceptible d'une transaction marchande. Nous débuterons par la description de

l'articulation juridique qui permet l'appropriation de l'eau. Celle-ci mobilise simultanément l'article 913 du Code civil du Québec, la *Loi sur l'eau*, la *Loi sur les produits alimentaires* et ses *Règlements sur les eaux embouteillées*. Cette articulation détermine dans quelle condition l'eau n'est pas destinée à l'utilité publique, ce qui lui permet d'être objet d'appropriation. Cette condition est la destination commerciale de l'embouteillage. Ainsi, l'appropriation mobilise une pratique spécifique: l'embouteillage, qui détermine à la fois un type d'acteur, les producteurs et un type de produit, l'eau embouteillée. Nous verrons donc dans un second temps comment ces embouteilleurs, d'une part, s'organisent en une structure sociale constituant un marché de l'eau embouteillée. Et d'autre part, comment le produit d'eau embouteillé de chaque concurrent constitue une variable stratégique dans ce marché, alors que chacun joue sur la présentation des caractéristiques intrinsèques de son produit.

3.1 De l'enchevêtrement socationnel au cadrage sociotechnique

La notion de valeur intrinsèque de la ressource vitale exprime l'enchevêtrement des paradigmes hygiénistes et économiques. Les conditions socationnelles de la marchandisation de l'eau sont réunies dans un hybride chose-représentation-sociale doté d'un potentiel économique intrinsèque. Néanmoins, pour qu'une pratique de marchandisation de l'eau existe, celle-ci doit être définie par « [...] des propriétés objectives qui permettent l'application de droit de propriété et leur transfert. » (Callon et Muniesa, 2003, p. 199)

Callon (1998) propose de saisir cette étape du procès de marchandisation selon un principe de cadrage inspiré de Goffman (1974). Le *cadrage* est alors la sélection d'un ensemble de propriétés permettant de découper une marchandise à l'intérieur de l'enchevêtrement de caractéristiques qui construisent l'hybride eau. Le cadrage a donc la fonction d'identifier les acteurs et les biens par leur relation interactive, médiatisée par la marchandise. Nous pouvons donc analyser cette interaction en la divisant en deux dimensions corrélatives du cadrage. D'un côté, le cadrage permet l'*identification* de biens et acteurs par des caractéristiques explicites. D'un autre côté, ces acteurs actualisent ces identités à travers des pratiques d'*objectivation* des caractéristiques. Ces caractéristiques sont ainsi *stabilisées*, c'est-à-dire qu'elles sont incorporées par des biens et des acteurs qui les réalisent. Nous allons donc

rechercher dans un premier temps comment s'articule le passage de l'identité juridique de la valeur intrinsèque de la ressource vitale à celui d'une marchandise d'eau embouteillée. Dans un second temps, nous nous intéresserons à la constitution des normes qui définissent les acteurs sociaux du marché de l'eau embouteillée. C'est-à-dire aux pratiques qui déterminent le réseau sociothéchnique, lequel définit les producteurs et les consommateurs.

3.1.1 Du postulat de la valeur intrinsèque à la marchandise

Le point de départ désigné pour repérer le passage de la valeur intrinsèque de l'eau à la marchandise eau aliénable est bien évidemment la *Loi sur l'eau*. Celle-ci formule, à l'article premier, l'enchevêtrement socationaturel permettant le régime de valeur de l'eau au Québec:

[é]tant d'intérêt vital, l'eau de surface et l'eau souterraine, dans leur état naturel, sont des ressources qui font partie du patrimoine commun de la nation québécoise.

Ainsi que l'énonce l'article 913 du Code civil, leur usage est commun à tous et elles ne peuvent faire l'objet d'appropriation, sauf dans les conditions définies à cet article.

De cet enchevêtrement de l'ensemble des pratiques, acteurs, agences et non-humains de l'eau, se révèle un premier moment du procès d'identification du bien. Celui-ci s'effectue au plan juridique à partir des conditions d'exception de l'article 913 du Code civil. Cet article porte sur les « choses communes », un statut juridique distinct du bien puisque n'étant pas susceptible d'appropriation. Ainsi, l'article 913 du Code civil du Québec stipule: « Certaines choses ne sont pas susceptibles d'appropriation; leur usage, commun à tous, est régi par des lois d'intérêt général ». Cependant, le second alinéa précise que « [...] l'air et l'eau qui ne sont pas destinés à l'utilité publique sont toutefois susceptibles d'appropriation s'ils sont recueillis et mis en récipient. » Ainsi, l'hybride eau « chose commune » peut s'objectiver en un « bien », une marchandise en puissance, à deux conditions. (1) Être recueillie dans un récipient; et (2) n'être pas destinée à l'utilité publique. Cela dit, dans quelle situation l'eau, substance unique d'intérêt vital, peut-elle n'être pas destinée à l'utilité publique?

Le Règlement sur la qualité de l'eau potable, qui encadre l'eau destinée à la consommation humaine, mentionne à l'article 2: « [l]es dispositions du présent règlement ne sont pas

applicables aux eaux dont l'utilisation ou la distribution est régie par la Loi sur les produits alimentaires. » Cette dernière loi affirme que:

Pour l'application de la présente loi, sont assimilées à un aliment l'eau embouteillée, l'eau au volume de même que l'eau destinée à être de l'eau embouteillée ou de l'eau au volume [...] dans la mesure où ces aliments ou *ces eaux sont destinés à la consommation humaine à des fins promotionnelles ou commerciales*. (Section 1, *définitions et applications*, emphase ajoutée)

Nous constatons ici que la faculté de répondre aux besoins de consommation humaine ne détermine pas la distinction entre utilité publique et usage privé. Cette distinction dépend de la finalité commerciale ou promotionnelle. La *Loi sur les produits alimentaires* comporte, par conséquent, un *Règlement sur les eaux embouteillées*. L'article 5 de ce règlement indique précisément que « [n]ul ne peut embouteiller une eau, vendre ou distribuer une eau si celle-ci ne répond pas aux normes qualitatives et aux conditions de production ou de distribution prévues dans ce règlement ». Alors que la définition du terme « embouteiller » couvre l'acte « [...] de mettre en bouteille ou autre contenant ». Nous pouvons donc déterminer deux critères de cadrage de base de la marchandise eau: (1) l'existence d'acteurs ayant la volonté de commercialiser l'eau; et (2) que ses acteurs aient la capacité d'embouteiller l'eau conformément aux normes de production. Il s'agit du cadrage fondateur qui permet de distinguer à la fois certains agents: les producteurs, ainsi qu'un certain bien: l'eau embouteillée.

Ainsi, l'acte de mettre en bouteille permet de constituer une eau qui ne soit pas destinée à l'utilité publique, mais à la transaction marchande. L'eau embouteillée se distingue alors juridiquement de l'eau unifiée (de surface ou souterraine), à partir d'un critère d'usage commercial nécessitant un droit de propriété privée. Ce droit de propriété est produit par l'embouteillage. L'embouteillage de l'eau objective un « produit alimentaire » identifié comme « eau embouteillée ».

3.1.2 Les mesures d'une politique de la valeur

L'articulation juridique permettant le passage de la « chose commune » au « produit alimentaire », nous permet de constater que la constitution de l'identité du bien est un processus actif de construction. Cette identité repose en effet sur un ensemble de caractéristiques stabilisées. Callon, Meadel et Rabeharisoa (2000) remarquent à ce propos:

Leur définition [...] suppose un travail métrologique spécifique et de forts investissements en matériel pour réaliser les mesures. La conséquence est que l'accord sur les caractéristiques est parfois, souvent devrions nous dire, difficile à réaliser. (p. 218)

Dans le cas de l'eau embouteillée, ces caractéristiques invoquent l'enchevêtrement socionaturel des composantes modernes de l'eau et sont réunies en un ensemble de normes de production. La dimension hygiénique enjoint les responsables publiques à garantir la qualité de l'usage substantif (« normes qualitatives ») par un instrument juridique adéquat; alors que la dimension économique mobilise le potentiel commercial du produit alimentaire (« conditions de production et de distribution »). Le *Règlement sur les eaux embouteillées* s'inscrit par ailleurs dans une architecture juridique, où l'eau unifiée demeure ultimement « chose commune » selon le Code Civil. La *Loi sur l'eau* attribue ainsi à l'État le rôle de « gardien des intérêts de la nation dans la ressource eau » (considérations, alinéa 4). La Loi sur la qualité de l'environnement, abrogée par la loi mentionnée précédemment, prévoit donc à l'article 31.75 que « [t]out prélèvement d'eau est subordonné à l'autorisation du ministre ». Ce statut de chose commune est éminemment politique puisqu'en l'absence de droit de propriété, l'exploitation de l'eau peut à tout moment être contestée par la volonté populaire ou au nom de la volonté populaire (Hermon, 2008). Selon un document destiné aux actionnaires d'un important embouteilleur québécois, ce « processus d'autorisation de captage par le gouvernement est très long, coûteux et requiert la non-objection de la population locale. » (p. 16) L'identification d'un bien eau dévoile par conséquent une nécessaire *politique de la valeur* (Appadurai, 1986).

On remarque d'ailleurs que les acteurs engagés dans la production de l'eau embouteillée se regroupent dans des organisations destinées à négocier et à produire les normes concernant

leurs pratiques. Cette dimension du réseau sociotechnique du marché de l'eau embouteillée demeure très peu documentée par la littérature publique et n'a pas pu faire l'objet d'une étude approfondie dans la présente recherche. En effet, l'information précise au sujet des activités de ces associations au Québec demeure privée. Par ailleurs, aucune action légale n'a pour le moment été intentée au Canada par ces organisations. Mentionnons néanmoins la définition des mandats des deux regroupements nationaux: l'Association des embouteilleurs d'eau du Québec et l'Association canadienne des eaux embouteillées, à partir de l'information fournie sur leur site Internet. S'attaquant de toute évidence au problème spécifique de l'opposition populaire, l'*Association des embouteilleurs d'eau du Québec* (<http://www.aeeq.org>) affirme:

[L'association] regroupe aujourd'hui quelque vingt-quatre entreprises spécialisées dans le commerce de l'eau embouteillée, ainsi que des fournisseurs de services et d'équipements [...] a pour mission d'informer et d'éduquer le consommateur, d'encourager le développement et la promotion de l'industrie québécoise de l'eau de source et de l'eau minérale par des initiatives de concertation et de représentation » (http://www.aeeq.org/frame_fr.html).

De son côté, l'*Association canadienne des eaux embouteillées* (<http://www.cbwa.ca/>), formant « [...] le chapitre canadien du conseil international des associations des eaux embouteillées [*International Concil of Bottled Water Associations*] » (<http://www.cbwa.ca/fr/index.htm>), aborde plus directement la question normative. Elle affirme ainsi: « [l']ACEE joue un rôle important aux niveaux provincial, fédéral et international dans l'élaboration de lois portant sur la qualité et la pureté de l'eau en bouteille, ainsi que sur la protection du consommateur. » (<http://www.cbwa.ca/fr/mission-fr.htm>) Cette prétention semble d'ailleurs confirmée par Environnement Canada qui mentionne, au sujet de la sécurité et de la qualité de l'eau embouteillée:

L'eau embouteillée est réglementée en tant que produit alimentaire [...] Des inspecteurs fédéraux des aliments vérifient régulièrement les opérations des compagnies d'eau embouteillée pour veiller au respect de la Loi. Les membres de l'Association canadienne des eaux embouteillées produisent près de 85 % de toute l'eau en bouteille au Canada. Depuis 1990, ceux-ci sont assujettis non seulement aux règlements fédéraux et provinciaux, mais ils doivent aussi se soumettre à des inspections par un tiers ainsi qu'à des tests et des analyses de l'eau et doivent respecter le code modèle de l'Association (CBWA Model Code). Pour plus de renseignements sur les normes auxquelles doivent se conformer les membres de l'Association, s'adresser à

[l'Association canadienne des eaux embouteillées].(<http://www.ec.gc.ca/eau-water/default.asp?lang=Fr&n=1A0A0DC6-1>)

La définition des enjeux normatifs qui concernent la marchandisation de l'eau peut donc être rapprochée du concept de tournoi de valeur (*tournament of value*), tel que le définit Appadurai.

Tournaments of value are complex periodic events that are removed in some culturally well-defined way from the routine of economic life. Participation in them is likely to be both a privilege of those in power and an instrument of status contests between them. The currency of such tournament is also likely to be set apart through well understood cultural diacritics. Finally, what is at issue in such tournaments is not just status, rank, fame, or reputation of actors, but the disposition of the central tokens of value in the society in question. (1986, p. 21)

Le cadrage de base de la transaction marchande - opéré par *La Loi sur les produits alimentaires* et son *Règlement sur les eaux embouteillées* - détermine l'engagement des producteurs envers les consommateurs, par la définition du bien. Chaque composante, dont la définition sert à qualifier le bien eau, spécifie simultanément la limite de la responsabilité du producteur face au consommateur. Une fois établies, ces normes seront explicitement engagées dans la transaction. En effet, l'article 17 du *Règlement sur les eaux embouteillées* affirme que:

Toute information portée sur une étiquette ou le contenant d'une eau régie par le présent règlement doit être véridique et précise et ne prêter à aucune confusion ou méprise possible de la part du consommateur.

Par conséquent, le cadrage du bien et de la production détermine celui de la transaction elle-même en définissant les conditions de commercialisation par des mesures spécifiques. Ces mesures constituent des échantillons de valeur fondamentaux (*central tokens of value*), qui intègrent obligatoirement dans la transaction certaines informations spécifiques. Par exemple, pour qu'une eau embouteillée soit qualifiée « eau de source », elle doit se conformer aux normes qualitatives de l'article 7 du *Règlement sur les eaux embouteillées* :

Eau de source: Une eau conforme aux normes suivantes doit être appelée « eau de source »:

a) elle provient d'une nappe souterraine sans emprunter un aqueduc utilisé à des fins de distribution publique;

b) elle est, où qu'elle se trouve, bactériologiquement pure et exempte de tout contaminant;

c) la teneur en sels minéraux n'excède pas 1 000 mg par litre;

d) les ions et substances suivantes sont en concentrations inférieures à celles indiquées ci-après en parties par million:

1. ammoniacque (en N): 0,5 ; 2. argent (en Ag): 0,05 ; 3. arsenic (en As): 0,01 ; 4. baryum (en Ba): 1,0 ; 5. bore (en B): 5,0 ; 6. cadmium (en Cd): 0,01 ; 7. calcium (en Ca): 200 ; 8. chlorures (en Cl): 250 ; 9. chrome hexavalent (en Cr): 0,05 ; 10. cuivre (en Cu): 1,0 ; 11. cyanures (en CN): 0,01 ; 12. fer (en Fe): 0,3 ; 13. fluor (en F): 1,5 ; 14. magnésium (en Mg): 150 ; 15. manganèse (en Mn): 0,05 ; 16. nitrates (en N) + Nitrites (en N): 10,0 ; 17. plomb (en Pb): 0,05 ; 18. sélénium (en Se): 0,01 ; 19. sulfates (en SO₄): 500 ; 20. sulfures (en H₂S): 0,3 ; 21. uranyles (en UO₂): 5,0 ; 22. zinc (en Zn): 5,0.

Ces échantillons de valeurs, qui permettent l'objectivation du bien, incorporent ainsi le produit engendrant des coûts de production, lesquels déterminent partiellement le prix de vente. Dans le cas de la bouteille d'eau, le tournoi de valeur est à l'état latent, puisqu'il y a absence de controverse sur la définition des engagements (à l'heure actuelle). Callon parle alors d'une *cold situation* (1998, p. 260). Les modalités d'interaction engagées par la transaction marchande sont donc suffisamment stabilisées pour soutenir le régime de valeur de l'eau embouteillée. Néanmoins, la définition des caractéristiques et leur mesure demeurent toujours potentiellement controversables.

Le cadrage de base de la marchandise eau opère donc par l'embouteillage, lequel mobilise un assemblage juridique spécifique qui détermine simultanément (1) les propriétés du bien objectivé marchandisable; (2) les pratiques de production de ce bien; et (3) le rôle des acteurs engagés dans le processus de marchandisation. *Le Règlement sur les eaux embouteillées* effectue ainsi la transition entre le construit socionaturel de l'eau ressource collective dotée d'une valeur intrinsèque, et une articulation sociotechnique de construction d'un bien marchandisable destiné à réaliser cette valeur intrinsèque par l'échange marchand. Les conditions d'appropriation sont définies et par conséquent le potentiel de marchandisation est

établi de façon générale. La section suivante s'intéressera donc à la forme concrète du marché de l'eau embouteillée. C'est-à-dire aux conditions qui transforment le procès d'appropriation privée de l'eau par l'embouteillage en marché de biens d'eaux singuliers, dotés de valeurs variables.

3.2 La production d'un bien eau marchandisable

Le *Règlement sur les eaux embouteillées*, qui encadre les pratiques de production et de distribution, détermine simultanément les critères fondamentaux de qualification du produit fini et de sa réalisation. Ce règlement stabilise ainsi symétriquement le cadre des pratiques normales des producteurs et la forme normalisée de la marchandise. Comme nous l'avons vu dans la section précédente, pour que la transaction se réalise, le marché de l'eau nécessite un intermédiaire entre la ressource eau et le consommateur. Cet intermédiaire est la bouteille, qui opère comme support de la transaction. Par conséquent, l'embouteillage, soit le moment de la production, précède logiquement la réalisation de la valeur marchande.

Le caractère construit et technique de l'identité du bien suppose par conséquent une définition équivalente de la notion de marché. Le marché apparaît alors, non comme la conséquence naturelle de la relation d'un besoin à un désir, mais comme le résultat d'un procès de rationalisation du réel par la définition d'un bien, selon des attributs mesurables. Autrement dit, la marchandise eau est objectivée par les relations sociotechniques qui la construisent. Et ce réseau sociotechnique est fondamentalement déterminé par une finalité « promotionnelle ou commerciale ». Nous nous intéresserons donc maintenant à l'organisation de ce réseau d'acteurs, les producteurs, qui génèrent la marchandise et structurent le marché de l'eau embouteillée.

3.2.1 Un marché constitué par les producteurs

Comme nous l'avons vu précédemment, le passage de l'eau « chose commune » à l'eau « bien appropriable » est déterminé par la destination commerciale de l'acte de mettre la ressource vitale dans un récipient. Le marché représente donc la réalisation du potentiel de

marchandisation, formalisé de façon technicojuridique. Le marché se trouve ainsi déterminé par le moment de production, puisque celui-ci anticipe le cadrage de la transaction. Ainsi, le marché est engendré par des producteurs. C'est-à-dire que la production objective un bien qui incorpore un certain enchevêtrement sociotechnique, susceptible d'intéresser le consommateur. Le sociologue économique H. C. White affirme ainsi que : *[a] market is an "act" which can be "got together" only by a set of producers compatibly arrayed on the qualities which consumers see in them.* (White, 1981, p. 519). Ce raisonnement conduit à une définition éclairante des marchés:

Markets are self-reproducing social structures among specific cliques of firms and other actors who evolve roles from observation of each other's behavior.[...] Markets are not defined by a set of buyers, as some of our habits of speech suggest, nor are the producers obsessed with speculations on an amorphous demand. I insist that what a firm does in a market is to watch the competition in terms of observables. (1981, p. 518)

White établit une phénoménologie des marchés, qui postule que le comportement des producteurs n'est pas le résultat de l'ajustement de l'offre à la demande des consommateurs, mais de l'interaction des producteurs: *firms decide on the basis of observed positions of all other producers [...] Because each firm is distinctive, they are engaged not in pure competition but in finding and sustaining roles with respect to one another given an environment of discerning buyers.* (1981, p. 520) Le cadrage normatif de la production du bien opère donc comme une structure à la fois conventionnelle et pratique, qui soutient le marché lui-même en regroupant les producteurs autour du bien constitué, objectivé. La relation des consommateurs aux producteurs est alors technologiquement médiatisée par un marché du bien spécifique. Celui-ci révèle la position relative des producteurs entre eux par la performance de leurs produits singuliers auprès d'un bassin de consommateurs. Cette structure permet aux producteurs d'estimer la marge de manœuvre relative des compétiteurs.

Cette notion de marché comprise comme structure sociale à l'intérêt de souligner la profonde interrelation des producteurs et de leurs produits, ainsi que leur relative autonomie par rapport aux consommateurs.

La biographie du bien eau embouteillée démontre qu'il résulte d'un procès d'objectivation stabilisé, mais controversable. La politique de la valeur cadre les caractéristiques qualifiant le bien, mais chacune de ses caractéristiques est une ouverture vers une controverse potentielle, ultimement apte à engendrer un nouveau tournoi de valeur. White mentionne justement l'incertitude devant les qualités et les attributs des produits de chaque producteur dans les conditions normales du marché: « *[n]o firm can reliably assess relative qualities of other firms, and every firm know that its position could be affected by choices made by any one or more competitor.* » (White, 1981, p. 519) Le marché demeure ainsi un régime de valeur qui implique des rapports de force constants. La distinction éclairante entre biens et produits, introduite par Callon, permet de concevoir comment les producteurs rivalisent et renouvellent ainsi constamment le potentiel de marchandisation du bien:

La notion de bien économique implique un certain degré de stabilisation des caractéristiques qui sont associées à ce bien, caractéristiques qui expliquent pourquoi une demande lui est adressée et pourquoi, étant recherché en tant que telle, il donne lieu à des échanges. Le produit, quant à lui, est un bien économique envisagé du point de vue de sa fabrication, de sa circulation et de sa consommation [...] il consiste en une séquence d'actions, en une succession d'opérations qui le transforment, le déplacent, le font passer de mains en mains, à travers une série de métamorphoses qui finissent par le mettre dans une forme jugée utile par un agent économique qui paye pour en bénéficier. [...] Le produit est donc un processus, tandis que le bien correspond à un état [...] à un moment dans ce processus jamais achevé. (2000, p. 216)

Les producteurs sont donc des agents actifs de construction continuelle du potentiel de marchandisation, puisque le bien doit trouver preneur pour réaliser sa fonction de marchandise. Le produit apparaît ainsi comme une variable, tout en demeurant lié à un ensemble de critères d'identification du bien. Les producteurs doivent donc rivaliser pour singulariser leurs produits à partir de ces critères mêmes. La notion de produit de Callon permet alors de concevoir la marchandise comme une *variable stratégique* (Callon, Maedel, Rabeharisoa, 2000, p. 219) à l'intérieur du régime de valeur. Celui-ci est alors susceptible de perpétuelles requalifications jusqu'au moment de la transaction, tout en demeurant à l'intérieur d'un cadrage sociotechnique stabilisé par la production.

3.2.2 La qualification sociotechnique des biens eaux

Le cadre sociotechnique et juridique de la production de l'eau embouteillée est définie par le *Règlement sur les eaux embouteillées*. Celui-ci a pour objet « d'établir des normes de qualité, des normes de salubrité relativement à la production et certaines conditions de distribution au Québec » (article 4). On constate que le titre du règlement utilise la forme plurielle pour identifier l'eau. Ainsi, alors que l'eau unifiée sert de paradigme pour la constitution des normes de qualité et de salubrité, qui permettent l'objectivation du « produit alimentaire eau embouteillée », il est entendu que ce seront des biens eaux distincts qui seront mis à la disposition des consommateurs. La formulation sous-entend donc l'existence de multiples *eaux embouteillées*. Callon, Meadel et Rabeharisoa, remarquent à juste titre que le procès d'objectivation/identification du bien engendre simultanément un potentiel de *singularisation* du bien:

[...] chaque bien peut donc être défini par une combinaison de propriété qui établit sa singularité. Cette singularité parce qu'elle résulte d'une combinatoire, est relationnelle. En effet, les caractéristiques retenues peuvent être utilisées pour décrire d'autres biens, avec lesquels des relations de similitude ou de proximité sont susceptibles d'être établies. Définir un bien, c'est le positionner dans un espace de biens, dans un système de différence et de ressemblances, de classes disjointes, mais en même temps liées les unes aux autres. (2000, p. 217)

Ce potentiel de singularisation génère par conséquent un marché en puissance. C'est-à-dire que par un jeu d'association-différenciation, les biens singuliers d'eau embouteillée réunissent producteurs et consommateurs en un même espace de prise en compte. En effet, le choix du consommateur demeure l'objectif ultime du producteur. Ce choix dépend de jugements opérés par la comparaison des caractéristiques explicites du bien. Alors que ces jugements « [...] supposent l'existence d'un dispositif sociotechnique complexe qui fournit au consommateur les appuis nécessaires à son travail d'évaluation » (Callon, p. 225). Ce dispositif sociotechnique est donc partagé par les producteurs et les consommateurs. Ainsi, la marchandise d'eau embouteillée est identifiée par un ensemble de caractéristiques déterminées par le *Règlement sur les eaux embouteillées*. Et c'est ce règlement qui est mis en œuvre par les producteurs pour transformer une chose eau-ressource-vitale en un produit d'eau embouteillée.

Certains attributs - incorporés par le bien au cours du procès de production - servent donc nécessairement au procès d'explicitation et comparaison des biens « eau embouteillée » (Figure 3.1). Le *Règlement sur les eaux embouteillées* détermine en effet six « qualificatifs » exclusifs servant à décrire l'eau embouteillée (articles 7 à 15). Trois concernent l'origine de la ressource: eau de source, eau minérale et eau traitée. Les trois autres complètent la qualification en indiquant quel traitement est appliqué au moment de l'embouteillage: naturelle (absence de traitement), gazéifiée, et déminéralisée. Les articles 18 et 19 du *Règlement sur les eaux embouteillées* portent sur les « renseignements » obligatoirement mentionnés sur la bouteille:

18. Renseignements: Le contenant d'une eau visée par le présent règlement ou l'étiquette qui y est apposée doit porter, en caractères indélébiles et très lisibles

- a) le nom commercial;
- b) l'appellation précise de l'eau ainsi que les qualificatifs qui s'y rapportent conformément aux articles 7 à 15, en caractères identiques et de hauteur au moins moitié de ceux utilisés pour le nom commercial et à proximité de ce dernier;
- c) la quantité exacte de produit exprimée en unités volumétriques;
- d) suivant le cas la mention «provenant de» ou «eau de la distribution publique de» suivie du nom de la municipalité et du comté municipal, s'il existe, où se trouve la source, le puits ou l'aqueduc;
- e) un numéro de lot ou la date d'embouteillage;
- f) la mention «embouteillée par» suivie du nom de l'embouteilleur ou la mention «embouteillée pour» suivie du nom du distributeur;
- g) dans le cas d'une eau importée au Québec, les noms du pays d'origine et de l'importateur;
- h) les traitements autres que décantation ou filtration;
- i) dans les cas d'une «eau minérale», d'une «eau de source» et d'une eau portant le qualificatif «minéralisée»: la teneur en sels minéraux en milligrammes par litre et la minéralisation de l'eau telle qu'embouteillée en indiquant les concentrations en parties par million de ions suivants:

- 1. arsenic (en As)
- 2. bicarbonates (en HCO_3)
- 3. calcium (en Ca)
- 4. chlorures (en Cl)
- 5. cuivre (en Cu)
- 6. fluor (en F)
- 7. magnésium (en Mg)
- 8. nitrates (en N)
- 9. plomb (en Pb)
- 10. potassium (en K)
- 11. sodium (en Na)
- 12. sulfates (en SO_4)
- 13. zinc (en Zn)

19. Dans le cas d'une «eau minérale» ou d'une eau portant le qualificatif «minéralisée», la teneur en sels minéraux doit paraître sur l'étiquette principale ou sur la face principale du contenant.



Nom commercial: Aqua Panna

Appellation précise « eau de source » ainsi que le qualificatif « naturelle ». En caractères identiques et de hauteur réglementaire.

La bande orange avec un lettrage blanc mentionne: « Embouteillée à la source en Toscane en Italie »



La teneur en sels minéraux en milligrammes par litre des ions réglementaires.

La date d'embouteillage: 10.14.09

Figure 3.1 Illustration des caractéristiques de la marchandise eau telles qu'incorporées par le produit



La mention « embouteillée pour » suivie du nom du distributeur: « Nestlé Waters Canada ».

Le nom du pays d'origine, l'Italie, et de l'importateur, Sanpellegrino.

La quantité exacte de produit: 1 L.



Vue de la bouteille entière.

Une petite étiquette de forme ovale contient une illustration d'une villa suivie des mentions:

« Villa Panna – Medici- 1564 ».

Figure 3.1 Illustration des caractéristiques de la marchandise eau telles qu'incorporées par le produit (suite)

Ces caractéristiques forment donc le cadre de base à partir duquel la combinatoire des caractéristiques qui permettent la singularisation du bien peut s'effectuer. L'enjeu des producteurs est donc de profiler ces caractéristiques de façon singulière. C'est-à-dire que la présentation du produit assure qu'un débordement du cadre de base est possible. Ce débordement permet ainsi une combinatoire particulière qui constitue un enchevêtrement sociotechnique singulier, apte à intégrer le consommateur. Dans l'exemple de la bouteille Aqua Panna, le choix de la bouteille de verre transparente dotée d'un bouchon *crown cap* constitue donc des choix de variations stratégiques visant à établir la singularité du produit. Par ailleurs, une stratégie singulière de débordement peut être observée à titre d'illustration. En effet, la mention « Embouteillée à la source en Toscane en Italie » apparaît sur la face principale de l'étiquette. Cette mention invite le consommateur à s'intéresser au lieu d'embouteillage. Le fait de mentionner que l'embouteillage s'effectue à la source distingue le produit d'un concurrent, dont la localité de la source et celle du distributeur différerait. Il pourrait s'agir d'une information sans grand intérêt et strictement obligatoire et normale. Toutefois, si l'on se risque à l'interprétation, on peut y percevoir un jeu combinatoire qui permet la singularisation. En effet, une relation de similitude peut être établie avec le domaine du vin, où la mention « mis en bouteille à la propriété » est courante. Les étiquettes de papier, leur disposition et l'illustration de la villa n'est d'ailleurs pas sans rappeler les pratiques d'étiquetage du vin. Dans ce marché très sophistiqué, l'origine est discriminatoire. Dès lors, le consommateur est invité à intégrer ce dispositif sociotechnique d'évaluation propre au marché du vin à son évaluation des biens d'eau embouteillées. L'origine de la source et le lieu d'embouteillage deviennent des caractéristiques qui cadrent la transaction et objectivent une marchandise eau singulière. Cet exemple, évidemment contingant, illustre néanmoins efficacement l'articulation entre les caractéristiques d'objectivation d'une marchandise eau en général et la singularisation stratégique du couple produit-bien sur le marché de l'eau embouteillé. La relation antécédente du besoin alimentaire de l'individu à la chose « eau potable » apparaît donc relativement autonome de la marchandise eau. En effet, cet usage est garanti et constitue un droit pour le citoyen. Le besoin alimentaire ne peut donc constituer qu'une dimension de l'enchevêtrement qui détermine la transaction.

Nous constatons que le produit d'eau est objectivé à la fois par son contenu et son contenant, l'un et l'autre étant indissociables et nécessaires à la forme du bien singularisé. Ce bien singularisable mobilise un enchevêtrement complexe de caractéristiques explicites, susceptibles d'en déterminer la valeur. Au construit socionaturel de l'eau impliquant l'articulation des trois composantes de qualification de l'eau - unité de la substance, vecteur potentiel de morbidité, ressource naturelle - s'ajoute une quatrième composante, celle de la propriété. Ainsi, les caractéristiques chimiques, l'origine socioterritoriale et la marque de commerce sont réunies en même objet. Le potentiel de marchandisation (*commodity candidacy*) est donc réalisé à l'intérieur même du procès de marchandisation engendré par la production. Comme nous l'avons vu, la bouteille constitue le moyen d'appropriation fondamental. L'acte d'embouteiller identifie les producteurs, lesquels objectivent des produits d'eau embouteillée qui constituent le marché des biens « eaux embouteillées ». Et c'est ce bien singularisé qui fait l'objet de la transaction sur le marché défini *ad hoc*. Jusqu'au moment de son ingestion, le seul moyen disponible pour identifier le bien eau sera son contenant. *Le Règlement sur les eaux embouteillées* a donc pour effet, non seulement d'objectiver le bien par sa finalité marchande, mais il détermine aussi, par la même occasion, les critères de qualification des *produits* suivant leur basculement du statut de chose commune à celui de bien appropriable.

3.3 Conclusion

Nous constatons que l'embouteillage est le moment fondateur du potentiel de marchandisation de l'eau embouteillée. La bouteille en tant que médium nécessaire de la transaction promeut celle-ci au statut de quatrième composante fondamentale de la construction du régime de valeur de l'eau embouteillée.

L'embouteillage constitue donc le moment zéro du potentiel de marchandisation, celui de la constitution du droit de propriété, de l'accumulation par dépossession. Toutefois, même appropriée, l'eau ne peut réaliser sa valeur qu'à condition de faire l'objet d'une transaction marchande. La bouteille constitue ainsi le moyen de la marchandisation. Ce premier moment de cadrage de la « marchandise eau » dévoile deux registres de pratiques coconstitutives du réseau sociotechnique du marché de l'eau embouteillée. Le procès de marchandisation implique d'abord (1) la négociation et l'établissement de normes qualitatives qui déterminent à la fois le bien et les producteurs. Ensuite (2) la mise en œuvre de ces normes dans la production, soit l'embouteillage et la distribution de produits particuliers concurrents.

Les composantes socionaturelles de l'eau - l'unité de la substance vitale, l'eau vecteur de morbidité, la ressource naturelle et l'appropriation par la bouteille - sont mobilisées par les producteurs et incorporées au produit. L'objectivation de ces composantes déterminent l'étendue des qualifications possibles qui participeront au cadrage de la transaction. Les produits constituent donc des enchevêtrements sociotechniques explicites. Ce sont ces enchevêtrements qui feront l'objet d'une éventuelle transaction. Les produits d'eau embouteillée incorporent néanmoins une dimension implicite destinée à interagir avec les autres produits. Cette dimension constitue un profilage à géométrie variable assurant la singularité du bien. Dans le prochain chapitre, nous nous intéresserons aux espaces concrets de prise en compte de ces différents profilages. Ceux-ci constituent la dernière étape de marchandisation conduisant à la réalisation de la valeur par l'achat du bien par le consommateur.

CHAPITRE IV

LA CONFIGURATION MATÉRIELLE DE LA MISE EN MARCHÉ DE L'EAU

Au chapitre précédent, nous avons vu comment s'effectue le passage du construit socionaturel de la valeur intrinsèque de la chose eau-ressource-naturelle au cadrage sociotechnique d'une marchandise-eau. Nous avons vu que le moment fondateur de ce cadrage est l'actualisation de la valeur intrinsèque par l'appropriation. Cette appropriation s'exerce par l'embouteillage, une pratique déterminée par une superposition de normes, de règlements et de lois, qui minuent les opérations de production et de distribution.

Le cadrage de la marchandise par l'embouteillage détermine simultanément celui de la transaction. C'est en effet cette bouteille d'eau, alors constituée, qui devra être échangée contre de l'argent. Celle-ci doit donc acquérir de la valeur aux yeux de l'acheteur. Le cadrage de la marchandise inaugure donc la transaction au moment même de la production, alors que le *produit* incorpore un ensemble de caractéristiques objectivantes qui permettront l'identification d'un *bien* eau embouteillée. Callon et Muniesa remarquent en effet qu'une chose n'« [...] est un bien [que] si et seulement si ses propriétés représentent une valeur pour l'acheteur » (2003, p. 200).

Dans le présent chapitre, nous nous intéresserons à ce dernier moment de constitution du bien pour le consommateur. Nous reviendrons d'abord sur la notion de produit comme variable stratégique. Ce potentiel performatif des caractéristiques intrinsèques du produit nous introduit à l'idée d'un procès continu de qualification du bien, dans lequel des composantes extrinsèques liées aux méthodes de mise en marché interviennent nécessairement. Nous verrons ensuite comment la mise en marché, par distribution directe des bouteilles de 18 litres, intègre directement le consommateur dans le réseau sociotechnique du producteur. Nous nous intéresserons finalement à la mise en marché par la vente au détail. Dans ces conditions, le lieu de vente constitue un équipement matériel du choix du consommateur. Autrement dit, il y a prise en charge du jugement évaluatif du consommateur, par le contexte

de mise en marché. Cet équipement de la prise en compte des biens entre est alors conçu comme un centres de calcul (Callon et Muniesa, 2003).

4.1 La singularisation du bien par son attachement au consommateur

Le chapitre précédent nous a permis de comprendre comment chaque producteur accentue certaines caractéristiques intrinsèques de la marchandise eau afin de permettre la singularisation de son produit. C'est par cette singularisation, qui procède par association/distinction, qu'un produit particulier acquiert certaines qualités qui le transforment en un bien désirable pour un consommateur.

La bouteille d'eau devient alors une variable stratégique sur le marché de l'eau embouteillée. C'est-à-dire que l'ensemble des caractéristiques intégrées par le produit visent à le rendre apte à se qualifier comme bien dans un environnement permettant la transaction. C'est pourquoi Callon affirme que:

Le bien comme moment dans la vie d'un produit, comme configuration susceptible de variation dans un processus ininterrompu de qualification-requalification, doit être considéré comme une variable économique au même titre que le prix. (2003, p. 220)

Ainsi, bien que l'embouteillage soit le moment fondateur de la marchandisation de l'eau, le procès de singularisation du bien d'eau embouteillée se poursuit jusqu'au moment de la transaction elle-même.

La notion de variable stratégique sous-tend donc que le procès de qualification du bien ne se conclut pas au moment de la production. Le produit « bouteille d'eau » constitue donc une variable stratégique pour les producteurs, car elle doit performer au moment de la distribution. C'est-à-dire que ses caractéristiques intrinsèques, incorporées au moment de la production, lui permettent de se qualifier auprès du consommateur dans différents contextes extrinsèques de qualification, au moment de la distribution.

Nous nous intéresserons désormais à ces contextes précis de transaction, dans lesquels se réalise la valeur du bien eau. Suivant notre méthodologie qui accorde une importance déterminante aux médiateurs non-humains, nous nous intéresserons aux modalités d'équipement du choix du consommateur. C'est à dire que nous chercherons à mettre en relief les moyens matériels qui permettent au dispositif sociotechnique de la production de se poursuivre dans la distribution. En effet, l'ensemble des caractéristiques intrinsèques, explicites et implicites incorporées par le produit construisent un enchevêtrement sociotechnique potentiel, qui doit servir d'appui aux procès de singularisation. Cette singularisation opère par des comparaisons et des explicitations, qui permettent la reconstruction d'une combinatoire singulière. Cette combinatoire située *qualifie* une chose comme un *bien* parmi les différents produits comparables. Par conséquent, les espaces concrets de comparaison participent, en dernière instance, à la qualification des biens. Ces espaces concrets facilitent et configurent la comparaison des produits. Ils *équipent* ainsi le choix du consommateur en réunissant dans un même espace de *mise en compte*, les combinaisons de caractéristiques potentielles. C'est cet équipement matériel du choix du consommateur qui fera donc l'objet de la prochaine section.

4.2 L'équipement du choix de consommateur

La constitution d'une marchandise d'eau embouteillée ne constitue que le cadrage *de base* de la transaction, le moment séminal du procès de marchandisation. C'est en effet le choix du consommateur qui réalise, en définitive, la singularisation « [...] par [la]quel une chose se transforme en un bien auquel un agent économique attribue de la valeur » (Callon et Muniesa, 2003, p. 200). Mais « [l]e consommateur n'est pas seul face à un produit dont il devrait déterminer les qualités. Il est guidé, assisté, par des dispositifs matériels qui sont autant de repères, de points d'appui, d'« affordance » (promissions), dans lesquels sont distribuées des informations » (Callon et Muniesa, 2003, p.225). À ces dispositifs visant à expliciter les jugements s'ajoutent (ou s'opposent) les habitudes et préférences préalables du consommateur.

L'importance de ces habitudes de consommateur fait d'ailleurs partie intégrante de la théorie des marchés de White, présentée précédemment. Rappelons que la structure sociale des producteurs concurrents suppose une demande stabilisée par l'identification d'un bien qui les réunit. Le marché des producteurs correspond à une part, une « niche », dans cette demande stabilisée et distribuée parmi les producteurs. Cette notion de marché comme structure sociale est héritée de la théorie de la concurrence monopolistique élaborée par l'économiste Edward H. Chamberlin (1899-1967):

When products are differentiated, buyers are given basis for preference, and will therefore be paired with sellers, not in random fashion (as under pure competition), but according to these preferences. Under pure competition, the market of each seller is perfectly merged with those of rivals ; now it is to be recognized that each is in some measure isolated, so that the whole is not a single market of many sellers, but a network of related markets, one for each seller. (1933, p. 69)

Les marchés sont donc saisis comme des couples producteur-consommateur. Cette lecture révèle la perméabilité des frontières entre le statut de produit et celui de bien. En effet, les préférences du consommateur sont intégrées au construit sociotechnique du producteur, d'une manière plus ou moins directe. Callon parle d'attachement, c'est-à-dire que les caractéristiques du bien intègrent le monde du consommateur. Ainsi, l'enchevêtrement sociotechnique qui constitue le *produit* trouve son équivalent symétrique dans un enchevêtrement d'usages constituant le *bien*. Chamberlain introduit la notion de « *bundle of utilities* » pour exprimer cette complexité du bien. C'est à dire que le bien n'est pas une chose qui préexiste au marché. Le consommateur n'effectue alors pas un choix partitif, en acquérant un certain volume de H₂O, mais plutôt un choix sélectif, sur un bien identifié comme un ensemble unifié de multiples valeurs d'usages. C'est cet ensemble de caractéristiques jugées utiles, qui qualifie le bien auprès du consommateur. Dès lors, la notion de *choix* cesse d'apparaître comme un attribut subjectif du consommateur. Son jugement mobilise plutôt un réseau d'informations qui permet l'intelligibilité des caractéristiques désirables, ce réseau informationnel constituant une agence cognitive distribuée. Le moment où la singularité d'un bien se réalise équivaut donc au moment précis du régime de valeur, où l'ensemble des caractéristiques qui objectivent un produit coïncident parfaitement avec un *bundle of utilities* qui singularisent un bien. C'est ce qui permet la transaction marchande, soit le détachement

de l'enchevêtrement sociotechnique du producteur et son transfert dans l'attachement de celui-ci à un consommateur. Cette singularisation réalisée, qualitative, équivaut alors à la réalisation de la valeur monétaire, quantitative. Ainsi: « [u]ne transaction marchande réussie implique un processus de singularisation qui en préparant l'attachement du bien à son acheteur le rend calculable par ce dernier » (2003, p. 206). C'est toutefois aussi pourquoi la notion de structure sociale induit une idée de rigidité structurelle qu'il convient de nuancer. L'intérêt de cette lecture des marchés nous semble résider principalement dans l'incertitude collective, partagée entre les consommateurs et les producteurs, en ce qui a trait à la qualité du bien. Les producteurs doivent mettre en marché un bien doté de caractéristiques intrinsèques incorporées lors de la production, mais n'ont aucune certitude concernant la performativité de ces qualités auprès du consommateur. De leur côté, les consommateurs doivent déterminer les informations pertinentes, qui leur permettent de juger et de sélectionner le produit adapté à leur besoin ou désir « du moment ». La moindre variation dans le procès de singularisation du bien – au moment de la production ou de la distribution – peut ainsi reconfigurer radicalement l'enchevêtrement sociotechnique adapté au cadrage de la transaction. Par conséquent, « *[e]ach firm knows that its product is distinctive, but it also knows the difficulty and risk of assessing one's own distinctiveness* » (White, 1981, p. 519).

Ainsi, comme l'affirme Callon, Meadel et Rabeharisoa:

La compétition entre les firmes porte précisément sur cette dialectique de l'attachement et du détachement. S'attacher le consommateur, en le détachant des réseaux construits par les concurrents, tel est le ressort principal de la concurrence. (p. 227)

Nous pouvons donc considérer que le contexte précis de la transaction est diffus dans le temps et l'espace. Nous avons déjà convenu qu'il débutait par le cadrage de la marchandise d'« eau embouteillée » objectivée par les producteurs, laquelle n'est qu'un médiateur, un support de la transaction. Celle-ci déborde de la bouteille d'eau comme bien aliénable pour s'étendre à un *bundle of utilities* singularisé.

La notion de choix en tant qu'agence cognitive distribuée est alors constituée par un collectif hybride permettant le calcul. C'est-à-dire que « [I]es agences calculatrices ne sont pas des

individus humains, mais des collectifs hybrides, des " centres de calcul " ». Ces agences sont donc équipées d'instruments mobilisés au besoin: « [...] le calcul n'a pas lieu seulement dans des cerveaux humains, il est distribué entre humains et non-humains. » (2003, p.206). Le bien acquiert ainsi, simultanément sa valeur d'usage et sa valeur marchande au moment de la singularisation. Ce procès subjectif mobilise alors l'ensemble des moyens objectifs mis à sa disposition par les producteurs/distributeurs. Ceux-ci permettent au consommateur d'identifier l'objet de son désir, un *bundle of utilities* qualifié pour l'échange marchand. Callon et Muniesa en arrive à la conclusion suivante:

Les propriétés qui définissent le bien en tant que bien individuel et constituent son profil ou identité ne sont ni intrinsèques ni extrinsèques. Deux erreurs symétriques doivent être évitées. La première consisterait à dire que les caractéristiques du bien sont en quelque sorte constitutives de son essence, indépendante du monde dans lequel il circule. La seconde conduirait à assimiler le bien à un écran sur lequel des représentations sociales sont projetées et à soutenir que ses propriétés, réduites à de simples significations, lui sont données par le consommateur ou la société. Dans le premier cas, le bien est considéré comme objectivement descriptible, par exemple, par une liste incontestable de caractéristiques. Dans le second cas, toute possibilité d'objectivation du bien est niée, et la multiplicité des points de vue est mise en avant. [...] *L'achat n'est pas le résultat d'une rencontre entre un sujet et un objet extérieur l'un par rapport à l'autre, mais l'aboutissement d'un processus d'attachement qui, de qualification en requalification du produit, mène à la singularisation de ses propriétés. Ceci ne signifie pas que toutes les requalifications sont possibles ou que toutes les stratégies d'attachement sont également probables. Des propriétés sont coproduites, ce qui ne les empêchent pas d'être réelles et singulières.* (2003, p. 202, emphase ajoutée)

Nous avons eu la chance d'accéder au *Profil d'entreprise* d'une importante compagnie d'eau embouteillée québécoise. Celui-ci nous a permis de comprendre que le régime de valeur de l'eau embouteillée au Québec soutient deux créneaux principaux de distribution, qui structurent de façon différente le procès de qualification. D'abord, un créneau de la bouteille individuelle vendue sur les réseaux de distribution de la vente au détail. Ensuite, un créneau de la bouteille de 18 litres, où le producteur tend à maximiser son contrôle sur le contexte de la transaction. L'étude sociohistorique du géologue Francis H. Chapelle (2005) repérait aussi ces deux créneaux aux États-Unis. La section suivante s'intéressera donc au créneau déterminé par la bouteille de 18 litres, à partir de l'information contenue dans le document susmentionné. Nous esquisserons ensuite les pratiques courantes du créneau de la vente au

détail de la bouteille individuelle.

4.2.1 L'attachement par relation directe

Un important embouteilleur québécois a accepté de nous transmettre un document interne, destiné à expliquer le marché de la compagnie à ses actionnaires minoritaires. Ce court document s'est révélé très explicite dans sa définition du marché, à la fois comme structure sociale des producteurs et comme réseau d'attachement des consommateurs. Les premiers sont connus sous le vocable de la *concurrence*, alors que les second sont nommés *la clientèle*. Ainsi, la section intitulée « Stratégie de l'entreprise » est introduite de la façon suivante:

L'eau embouteillée se vend par différents réseaux de distribution, telles les grandes chaînes d'alimentation, pharmacies, épiceries, dépanneurs, réseau de distribution alimentaire (hôtels et restaurants), marque privée. Ces réseaux de distribution sont très compétitifs et sont occupés par de grosses entreprises qui peuvent investir dans des "listing" et supporter les campagnes publicitaires exigées par ces chaînes ainsi que supporter les guerres de prix.

Comme l'eau est peu différenciable d'une entreprise à l'autre, la concurrence est parfois très grande.

[la compagnie] s'est développé une niche dans le marché en se spécialisant dans la livraison directe à domicile et dans les bureaux. Cette clientèle est très fidèle à son distributeur et à sa compagnie d'eau, et elle est constituée de milliers de clients différents. De ce fait, la clientèle de [la compagnie] est peu vulnérable à l'agression des compétiteurs contrairement à ce qui se passe dans les épiceries où un acheteur peut facilement changer de fournisseur lorsqu'on lui offre un meilleur prix. (p. 6)

On identifie la « niche » de la Compagnie. Celle-ci repose sur la livraison à domicile, à une clientèle fidèle et isolée du marché des compétiteurs. Cette entreprise vise ainsi la multiplication des liens d'attachement et le contrôle de la distribution:

L'essentiel de l'effort de vente de [la compagnie] consiste à développer le réseau de distributeurs. On s'applique donc à recruter des distributeurs dans les secteurs vacants, motiver les distributeurs à augmenter leurs ventes et changer les distributeurs non performants. (p. 10)

Ceci lui permet un certain contrôle sur les contextes de transaction: « [...] [la compagnie] a son propre réseau de distribution qui couvre presque tout le territoire du Québec habité. » (p. 16)

Le contexte de transaction est internalisé par le produit. La marchandise de [la compagnie] s'entend ainsi du produit d'eau embouteillée au réseau de distribution lui-même. On mentionne en effet:

[L]'élément primordial du marché de [la compagnie] est son réseau de distributeurs qui sont tous sous contrats exclusifs. Ces distributeurs qui opèrent leur propre entreprise dans leur propre ville prennent soin de leur clientèle, la développe, se font connaître. Ils gèrent efficacement leur distribution en minimisant les coûts de camion et de carburant. Comme les distributeurs sont sous contrat, ils ne peuvent être recrutés par la compétition, ce qui protège le marché de [la compagnie]. (p. 6)

[...]

le développement de la clientèle se fait en vendant ou en louant des refroidisseurs pour ainsi créer de nouveaux consommateurs d'eau de source à qui on livrera de l'eau à domicile. La sollicitation se fait par des expositions dans les centres d'achats, l'envoi de circulaire, la sollicitation directe, les appels téléphoniques, etc. (p. 10)

L'hybridité du réseau sociotechnique est ici bien visible. Humains et non-humains se compénètrent. Le contrat protège les producteurs contre les concurrents, alors que les refroidisseurs permettent l'attachement de la clientèle. La bouteille médiatise la marchandisation, mais l'identité du bien s'étend du service à la clientèle aux propriétés chimiques de l'eau de source.

Le producteur est fournisseur d'un service. Le bien repose ainsi sur un collectif hybride où non-humains: l'eau, la bouteille, le contrat, le camion et le refroidisseur sont reliés par des acteurs humains: producteur, fournisseur, distributeur, livreur et client. Ce réseau constitue à la fois le marché, le produit et le bien. Dans ce collectif, la transaction s'effectue une fois, au moment de la signature du contrat d'achat de service. Ce contrat lie le consommateur au distributeur, lui-même engagé auprès du producteur. Le procès de singularisation est ainsi entièrement internalisé par le bien. La marchandise d'eau embouteillée est alors indivisible du service, de distribution et de production. L'attachement du consommateur au réseau

sociotechnique y est explicite. Le client achète sa participation au réseau à travers l'acquisition ou la location d'un refroidisseur comportant des frais d'entretien et d'utilisation. Cet attachement devient continu et la stratégie du producteur est de protéger celui-ci contre l'« agression » des compétiteurs, en limitant les moments de choix du consommateur à la négociation du contrat de service. Dans la section suivante, nous verrons comment se construit une stratégie d'attachement dans un réseau de distribution indépendant du producteur.

4.2.2 L'attachement par *packaging* interposé

À l'autre bout du régime de valeur de l'eau embouteillée se trouve un créneau de la bouteille individuelle. Dans ce créneau, le consommateur et le producteur n'entrent pas en relation directe, mais plutôt à travers l'intermédiaire de distributeurs indépendants. Le procès de singularisation du produit n'est donc plus sous l'égide des producteurs, mais de distributeurs libres. Le marché des producteurs se confronte au marché des distributeurs. Dès lors, ce sont des produits d'eau autonomes que les consommateurs s'attacheront. Cette autonomie est cependant logiquement relative au procès de comparaison/substitution, nécessaire à la singularisation du bien (et/ou à l'identification du produit). Ainsi, « [l]a singularisation d'un produit, son profilage, passe par une première étape " logique " qui consiste à établir un espace dans lequel il peut être connecté et comparé à une liste finie d'autres produits » (Callon et Muniesa, 2003, p. 203).

Dès lors, la singularisation s'intègre à un procès de *calcul* (Callon et Muniesa, 2003); autrement dit, les produits sont pris en compte. Rappelons que la notion de *calcul* ne se limite pas aux opérations mathématiques. En effet, cette notion renvoie à l'idée d'une *prise en compte*. C'est-à-dire à l'établissement d'une délimitation, d'un espace de cohérence permettant la distinction entre des éléments constitutifs, et à la production d'un *résultat* suivant l'ordination de ses unités. Ce procès de prise en compte comporte trois étapes. D'abord (1) l'*extraction*, c'est-à-dire que les entités doivent être identifiées dans un ensemble, une liste

finie. La seconde étape est celle de (2) la *traduction*, ou la comparaison. Cette étape implique que les entités sont sujettes à des manipulations physiques (mouvement dans l'espace, superposition, juxtaposition, etc.) ou conceptuelles (association, concaténation, synthèse, etc.). Ces manipulations permettent la dernière étape, celle du (3) (re)formatage, c'est-à-dire qu'un résultat est extrait (Callon et Muniesa, 2003, p. 203).

S'il nous est impossible de connaître le procès de singularisation subjectif de chaque consommateur, il est néanmoins possible d'observer les moyens déployés pour structurer cette singularisation. Le procès de calcul est soutenu ou encadré par un dispositif de calcul ou de prise en compte. Ce dispositif nous permet de comprendre l'équipement du choix parce qu'il comporte une préfiguration de formatages. Autrement dit, des résultats de calculs potentiels instrumentent « [...] du dehors les décisions individuelles » (Cochoy, 2002, p. 47).

Ainsi, le principal moyen pour accomplir la dernière étape de l'analyse d'un régime de valeur, soit l'observation et l'analyse des contextes précis de marchandisation, est alors d'identifier des centres de calculs. C'est à dire, de repérer des espaces qui permettent l'organisation des trois étapes de prise en compte: l'extraction, la traduction et le (re)formatage. Toutefois, l'échelle de prise en compte d'un consommateur varie continuellement au fur et à mesure du procès subjectif de singularisation. Par conséquent, les appuis au jugement constitués par les centres de calculs sont des sous-ensembles d'une agence de cognition distribuée. Les commerces constituent en eux-mêmes des centres de calculs, puisque le choix du consommateur s'effectue à l'intérieur de la liste finie des marchandises qu'ils mettent à sa disposition. Toutefois, pour comprendre comment ces lieux opèrent comme centre de calcul, nous devons nous intéresser aux dispositifs de calcul qu'ils contiennent. Ceux-ci mobilisent finalement les caractéristiques intrinsèques des produits, qui constituent, en définitive, l'équipement de calcul le plus spécialisé.

Nous allons donc dresser un portrait de ces dispositifs à différentes échelles. C'est-à-dire que nous débuterons avec les dispositifs qui opèrent à l'échelle de l'établissement lui-même (rayons, réfrigérateurs, etc.) en produisant des amalgames de singularisations potentielles. Nous verrons ensuite les équipements de choix à l'échelle du rayon, où se préfigure un procès

de singularisation spécialisé pour l'eau. Nous terminerons à l'échelle des produits eux-mêmes, afin de comprendre comment les éléments qu'ils incorporent et stabilisent leur permettent d'opérer en tant que variables stratégiques.

À l'échelle de l'établissement, l'eau peut intégrer différents centres de calculs. Néanmoins, tous les commerces visités possèdent un ou plusieurs secteurs pour les boissons réfrigérées, dans lesquels s'intègre l'eau embouteillée.

Ces réfrigérateurs extraient ainsi un ensemble pouvant être décrit de la façon suivante: « boissons réfrigérées pour consommation imminente ». Par exemple, un supermarché est équipé de deux réfrigérateurs situés au bout de différentes files d'attente pour passer à la caisse (Figure 4.1). Ces réfrigérateurs spécialisés pour boissons embouteillées en format individuel sont fournis par deux géants de la boisson non alcoolisée (PepsiCo et Coca-cola Ltd). Chaque réfrigérateur contient leur produit d'eau respectif, dans un format identique: Aquafina 591 ml par PepsiCo et Dasani 591 ml par Coca-cola Ltd. Ici, les producteurs tentent d'étendre leur contrôle sur le profilage du procès de singularisation jusqu'au moment de la distribution. En fournissant des réfrigérateurs exclusifs, ils construisent des équipement de choix qui limitent les ressorts de la comparaison à leurs propres produits. La bouteille d'eau est comparée et différenciée des autres boissons embouteillée, mais sans être directement comparée aux autres produits d'eau embouteillée. Par ailleurs, l'attachement au réseau sociotechnique d'un producteur joue ici un rôle potentiellement important. La préférence préalable d'un consommateur pour l'une des marques de commerce qui identifie et qualifie les produits des deux géants de la boisson gazeuse est sollicitée. Cette préférence intervient à l'échelle du commerce par la présence du réfrigérateur promotionnel lui-même. Ce type de réfrigérateur qui porte la mention d' « usage exclusif » et qui véhicule généralement l'image de marque d'un producteur, est en usage généralisé. Néanmoins, cette exclusivité n'est pas systématiquement respectée (Figure 4.2 et 4.3). Plusieurs commerces, principalement des dépanneurs, utilisent ces réfrigérateur arbitrairement pour n'importe quels produits.



Figure 4.1 Réfrigérateurs spécialisés au contenu exclusif



Figure 4.2 Réfrigérateur sous consigne au contenu varié

Figure 4.3 « Propriété à l'usage exclusif de Embouteillage Coca-Cola Ltée. »

À l'échelle du commerce, la qualité de « boissons réfrigérées » est quelquefois associée aux produits préparés, principalement dans les épiceries qui offrent ce service. Dès lors, le centre de calcul qui extrait « boissons réfrigérées pour consommation imminente » préfigure un résultat pouvant être décrit de la façon suivante: « boissons réfrigérées pour consommation imminente, en accompagnement d'un repas » (Figure 4.4).



Figure 4.4 Réfrigérateur pour repas préparé contenant des bouteilles d'eau en format individuel. Ce centre de calcul formate le bien d'eau embouteillée comme boisson d'accompagnement d'un repas.

À l'opposé de cet équipement qui fonctionne par contextualisation, on remarque un autre centre de calcul typique: celui de la « tour de produits » (Figure 4.5 et 4.6). Les produits semblent alors au contraire décontextualisés, une pile de bouteilles se trouvant accumulées au bout d'une allée dans un espace contingent. Dans de telles circonstances, l'intelligibilité du résultat préfiguré semble difficile à reconstituer. Toutefois, Cochoy (2002) mentionne que la liste finie de biens peut avoir été constituée à l'extérieur de l'espace de calcul. L'exemple le plus évident est probablement celui de la liste d'épicerie rédigée à la maison avant de se rendre au supermarché. Dans de telles circonstances, la tour de produits permet de trouver inopinément un représentant de la valeur d'usage préalablement constituée, une manifestation du bien.



Figure 4.5 Exemple de tour de produits décontextualisés



Figure 4.6 Tour de produits en bout d'allée

Il demeure qu'à l'échelle du commerce lui-même, le principal centre de calcul est constitué par les rayons, lesquels sont plus ou moins spécialisés. Les rayons les plus significatifs pour notre étude sont les rayons spécialisés en eau embouteillée des supermarchés et pharmacies. Ceux-ci isolent l'eau des autres produits et constituent de véritables murs d'eau embouteillée. Les ensembles finis ainsi créés se limitent aux produits d'eau. Ces rayons constituent alors des dispositifs de calcul spécifiquement dédiés à la construction de la valeur de biens d'eau embouteillée. Mentionnons que ce type de rayon n'a été repéré que dans des entreprises sous bannières. Ces épiceries et pharmacies disposent d'imposants rayons non réfrigérés. Ces entreprises mettent alors en œuvre de véritables stratégies d'équipement du choix. Malgré plusieurs tentatives auprès des marchands ayant accepté de participer à l'étude, nous ne sommes pas parvenus à obtenir une copie des devis de rayonnage de ces entreprises. Ceux-ci constituent des instruments concurrentiels dont le secret nous apparaît étonnement précieux, compte tenu du fait que les étalages constitués sont intégralement visibles. Nous pouvons ainsi constater comment deux commerces d'une même chaîne ont disposé leurs produits d'eau selon une logique similaire (Figure 4.7).



Figure 4.7 Deux rayons mettant en œuvre la même organisation de centre de calcul

Les rayons sont de tailles différentes et ne peuvent contenir la même quantité et variété de marchandise. Toutefois, la disposition des produits est identique. À l'extrémité supérieure gauche, les eaux de sources en format 1,5 litre des mêmes marques sont regroupées alors qu'à l'extrémité droite, on retrouve les eaux minérales en bouteille de verre de 750 ml, avec au centre du rayon les pichets et accessoires de filtration d'eau. Le rayon est divisé verticalement par une tablette d'emballages de 12 bouteilles de marques concurrentes sous laquelle se trouve les bouteilles de format 4 litres. Même sans analyser les logiques de traductions/comparaisons potentiellement opérées par ces stratégies particulières de mise en marché (ce que nous ferons plus tard), il demeure pertinent de constater l'évidence d'une conceptualisation préalable du rayonnage. Cet effort de conceptualisation atteste la préfiguration de formatage du choix. Plusieurs conversations informelles auprès des commis à la réception - les employés qui ont pour tâche de recevoir les marchandises et de les mettre sur les rayons - ont confirmé que les devis étaient préparés par les chaînes et non par les succursales locales. À la différence des particuliers qui disposent leurs produits selon une logique souvent déterminée par des contraintes matérielles (l'espace disponible sur les tablettes ou dans les frigos) ou des décisions arbitraires⁴, ces chaînes rationalisent des centres de calculs performants. À titre de comparaison, dans une épicerie de quartier, nous avons retrouvé un présentoir promotionnel spécialisé négligemment rempli avec des caisses de bouteilles d'eau déposées au sol, à proximité. Un peu plus loin, des bouteilles d'eau individuelles étaient placées dans le comptoir réfrigéré des charcuteries et fromages, alors que des bouteilles de 18 litres se trouvaient sous un rayon de fruits et légumes (Figure 4.8). Le manque d'espace contraint ici le commerçant à une logique fonctionnelle rudimentaire dans la disposition de ses produits. Les centres de calculs sont alors constitués *ad hoc* engendrant des préfigurations peu rationalisées.

4 Deux entreprises ont affirmé limiter intentionnellement les produits d'eau embouteillée disponibles.



Figure 4.8 Centres de calculs *ad hoc*, dont la préfiguration est peu ou non rationalisée



Dans une situation de rationalisation préalable de la singularisation potentielle, cette rationalisation peut s'adjoindre d'équipement de calcul quantitatif. Ainsi, une chaîne de supermarchés affiche le prix de l'eau, calculée par volume de 100 ml. L'équipement du *choix sélectif* des produits dans leur totalité, tels que déterminés par les producteurs, est alors confronté à un équipement de *choix partitif* déterminé par le distributeur. Dans notre exemple (Figure 4.9), la catégorie « eau de source » est extraite et le prix au volume devient un équipement de calcul quantitatif faisant abstraction du bien préconstituée et rationalisée par le profilage du producteur. En effet, l'étiquette de prix ne transmet aucune des particularités qualitatives du produit, à l'exception de son nom.



Figure 4.9 Équipement de choix partitif et calcul quantitatif

L'étiquette analyse le prix au volume de l' « eau de source » embouteillée:
60,3 ¢ / 100 ml
pour un produit de marque Llanllyr Source.

Une telle rigueur dans la rationalisation est cependant exceptionnelle. Au contraire, l'échantillon semble même démontrer qu'il est inévitable que l'affichage des prix soit incomplet. Par ailleurs, deux commerces négligeaient complètement l'affichage des prix sur les boissons dans leurs réfrigérateurs. On remarque tout de même une pratique très répandue, qui oriente le choix vers une évaluation quantitative, celle des affichettes de spéciaux. Certaines chaînes affichent même des promotions concernant des systèmes de points bonis associés à des programmes de récompense (Métro et moi, Air Miles^{md}, etc.). Sur les rayons, la mention du prix occupe généralement une position subordonnée à celle des produits eux-mêmes. Ces cartons de prix surdimensionnés brisent alors l'uniformité des rayonnages et mentionnent en gros caractères le prix du produit. Les spéciaux s'appliquent aussi souvent à des quantités différentes de biens. Par exemple, le prix mentionné sur l'étiquette de promotion peut s'appliquer à l'achat de plus qu'une bouteille (Figure 4.10). Cet ajout de rationalisation quantitative ne conduit pas systématiquement à une plus grande cohérence dans le calcul. Des étiquetages défectueux peuvent au contraire nuire au processus. Un commerce utilise par exemple un étiquetage disproportionné par rapport à son rayonnage. L'étiquette camoufle par conséquent une partie de ses produits et affiche un prix associé à des produits situés ailleurs sur le rayon (Figure 4.11). Dans de telles conditions, l'équipement peut difficilement préformater efficacement le résultat du calcul.



Figure 4.10 Prix vedette 2
bouteilles pour 1,00 \$



Figure 4.11 L'étiquette
surdimensionnée camoufle les
autres produits

Un autre type de signalétique participe au calcul, d'un point de vue strictement qualitatif cette fois. Il s'agit des panneaux afficheurs qui encadrent les rayons. Ceux-ci prennent parfois la forme de simples affiches publicitaires mentionnant une marque de commerce (Figure 4.12). Cette stratégie est très répandue sur les réfrigérateurs ou les présentoirs, qui sont souvent prêtés par les distributeurs. À l'échelle des rayons, cette stratégie peut servir à équiper le calcul à l'intérieur du rayon lui-même, en insistant sur un produit particulier qu'il contient. Cette signalétique sert aussi à orienter le consommateur à l'échelle du marché, en pointant sur l'eau embouteillée comme catégorie particulière de boisson. Ainsi, l'affiche de la marque Montclair surplombe les réfrigérateurs d'un dépanneur, vis-à-vis la section des eaux embouteillées (Figure 4.13). Ces exemples démontrent des stratégies de producteurs pour étendre leur contrôle sur la distribution. L'enquête a aussi révélé un exemple d'affichage construit par la distribution, destiné à extraire un ensemble cohérent à l'intérieur même de la catégorie de bien constituée par l'eau embouteillée.



Figure 4.12 Panneau publicitaire intégré au réfrigérateur



Figure 4.13 Panneau publicitaire surplombant le réfrigérateur

Un supermarché a en effet construit un rayon rétroéclairé, encadré par des affiches qui mentionnent: « *Eau de gamme* » « *Découvrez les eaux du monde* » (Figure 4.14). Ce rayon est adjacent au rayon principal des eaux embouteillées, mais séparé par un étalage de bonbons. Le meuble de rayon est lui-même distinctif. Il s'agit d'un meuble de rayon sophistiqué, où sont suspendues deux banderoles perpendiculaires. Ce rayon exceptionnel construit un centre de calcul formatant d'emblée la singularisation autour de la caractéristique de l'origine géographique. Rappelons qu'il s'agit d'une constituante de toute marchandise d'eau embouteillée. Le dispositif de rétroéclairage a pour effet d'accentuer les caractéristiques intrinsèques que les producteurs ont choisi de mettre en évidence par leurs bouteilles. Celui-ci appuie ainsi l'étape de la traduction, en facilitant le jeu de la comparaison/substitution essentiel à la singularisation. Ce rayon joue alors sur les trois échelles simultanément. D'abord un rayon saillant à l'échelle du commerce. Celui-ci reconstitue une liste finie d'« eau de gamme » et, finalement, appuie par rétroéclairage la comparaison des produits entre eux.



Figure 4.14 Centre de calcul saillant qui reconstitue une liste finie d'eaux importées

Cette dernière échelle de la comparaison des produits entre eux est fondamentale, puisqu'elle détermine la singularisation du bien en référant au dispositif de calcul construit par les producteurs, sur la base de leurs relations de concurrence. Celui-ci parvient ainsi à performer jusque dans la distribution. Un bon exemple de cette performance au moment de la distribution est celui des eaux minérales. Plusieurs marques d'eaux minérales sont embouteillées dans des bouteilles en verre vertes d'un format de 750 ml (Figure 4.15). Ces bouteilles sont alors généralement regroupées dans un même secteur sur les rayons, et ce, même en l'absence de preuve d'une stratégie de distribution rationalisée.



Figure 4.15 Illustration du jeu de ressemblance/substitution des produits

La ressemblance plastique de ces produits est flagrante et leur volume, identique. Leur proximité physique sur les rayons les réunit en un sous-ensemble du centre calcul et enjoint le consommateur à comparer ces produits entre eux exclusivement. La bouteille de verre verte avec étiquette de papier opaque constitue un équipement de calcul, qui témoigne de la relation de concurrence entre les producteurs. Le jeu de la comparaison/substitution est équipé en continuité avec le cadrage de la marchandise eau partagé par tous ces producteurs concurrents, chaque produit étant une « eau minérale gazéifiée ». Le consommateur doit *consulter* le produit afin de déterminer en quoi celui-ci peut constituer un bien. Dès lors, ce sont les variations intrinsèques qui vont assurer la singularisation. Dans l'exemple illustré, les éléments de variation sur les caractéristiques intrinsèques sont l'origine géographique et historique de la source, la composition chimique de l'eau minérale et la mention « naturelle ». Ces caractéristiques intrinsèques invoquent alors des liens d'attachement potentiel situés hors de l'espace de calcul. L'acheteur doit ainsi établir des liens d'attachement subjectif en s'appuyant sur l'équipement d'objectivation soutenu par le produit. Ces liens peuvent et doivent être durables, pour soutenir le marché des producteurs. Par conséquent, il est fort probable que le consommateur accède au rayon avec l'objectif préalable d'acheter un bien en particulier. Néanmoins, l'architecture des rayons vise précisément à inciter le

consommateur à réévaluer son attachement. Cette stratégie d'attachement/détachement se poursuit au niveau des produits eux-mêmes. Un concurrent peut donc varier certaines caractéristiques intrinsèques, tout en maintenant plusieurs liens de ressemblance. Par exemple, Perrier offre un produit en bouteille de plastique verte en format d'un litre, au même prix que sa bouteille de verre de 750 ml.

La qualification du bien – « cette eau embouteillée possède x caractéristiques uniques » - ne s'effectue qu'en dernière instance, alors que le consommateur se retrouve en situation concrète de prise en compte. Ainsi, plusieurs bouteilles d'eau qui possèdent les mêmes caractéristiques matérielles incorporées (c'est-à-dire même marque, même volume, même prix, etc.) peuvent être singularisées en tant que bien possédant des caractéristiques intrinsèques désirables ou utiles (*bundle of utilities*), de façon tout à fait différente d'un contexte de distribution à un autre. Les rayons de vente au détail participent donc directement au procès de qualification, en regroupant certains produits selon des ensembles d'enchevêtrements sociotechniques préfigurés. La valeur d'échange (confirmée par la transaction) ne se réalise donc qu'au moment précis du choix du consommateur, lequel s'effectue en interaction avec un ensemble signifiant: un centre de calcul. Celui-ci invoque le réseau sociotechnique de la production des biens afin d'explicitier les valeurs d'usage spécifiques (comme éléments de qualification) de chaque marchandise. Toutefois, le consommateur n'est pas continuellement placé en situation de calcul. Certaines habitudes l'attachent à un bien particulier. Le consommateur intègre ainsi le régime de valeur de l'eau embouteillée, en soutenant plus ou moins régulièrement et/ou plus ou moins fidèlement le marché d'un producteur, ce qui constitue une niche protégée de la concurrence.

4.3 Conclusion

L'objectif de ce chapitre était de faire le portrait du contexte précis de la transaction d'une marchandise eau. La notion de réseau sociotechnique nous a permis de saisir ce contexte comme un collectif d'humain et non-humains diffus dans le temps et l'espace, permettant le jugement évaluatif sur une chose. Ce que nous avons appelé, à l'instar de Callon, des centres de calcul. Ainsi, l'identification du bien d'eau embouteillée par le consommateur dépend d'une

agence cognitive distribuée tout au long du régime de valeur. On constate alors la perméabilité des deux dimensions de la marchandise que sont le produit et le bien. En effet, d'un côté, le producteur transforme l'eau ressource vitale collective en un produit d'eau embouteillé unique, une marchandise. D'un autre côté, le consommateur achète une marchandise, identifiée comme un bien constitué d'un ensemble de caractéristiques jugées utiles, qui lui procure de la valeur. Par conséquent, le marché qui assure la subsistance d'un producteur dépend du fait qu'un consommateur reconnaît un bien dans son produit. La « niche » du producteur dépend de la « fidélité » du consommateur. C'est ce que constitue l'*attachement* du consommateur au réseau sociotechnique du producteur. Ce réseau est, comme nous l'avons vu aux chapitres précédents, partiellement partagé par l'ensemble des producteurs, qui sont soumis aux mêmes conditions de marchandisation de la ressource vitale. Toutefois, les caractéristiques intrinsèques mobilisées par les producteurs peuvent être soutenues ou confrontées par l'espace de mise en marché lui-même. Cette situation détermine deux créneaux d'attachement du consommateur. D'abord, un créneau où la transaction garantit une relation continue entre le producteur et le consommateur, sous la forme d'un contrat. Dans cette situation, le producteur distribue directement la marchandise au consommateur. Le second créneau est celui de la vente au détail. Dans cette situation, la singularisation du bien se produit sur le lieu de la mise en marché, et l'ensemble du contexte spatial et temporel participe à l'identification du bien. C'est-à-dire qu'il y a prise en compte de plusieurs produits simultanément et de façon contingente. Callon et Muniesa (2003) déterminent trois moments à cette prise en compte. D'abord, (1) l'*extraction* d'une catégorie de biens potentiels, puis (2) la *traduction*, soit la comparaison des ces biens potentiels entre eux, et finalement (3) le *formatage*, c'est à dire la singularisation d'un bien proprement dit. Par conséquent, cette prise en compte est contingente, mais non purement arbitraire puisque la rationalisation de ces trois constituants permet au distributeur de construire une préfiguration des singularisations potentielles.

CONCLUSION

La notion de *régime de valeur* (Appadurai, 1986) constitue à la fois une perspective théorique et méthodologique. En effet, celle-ci postule une politique de la valeur qui repose sur la construction sociale de la marchandise, un procès de marchandisation distribué dans le temps et l'espace. Cette étendue spatiotemporelle nécessite une méthodologie de la biographie de l'objet (Kopitof, 1986) permettant de dévoiler des phases de marchandisation par des contextes de transaction. Ces contextes de transaction révèlent un régime de valeur, c'est-à-dire une situation où des agents soutiennent des rapports de force, des désirs et des sacrifices momentanément stabilisés permettant ainsi la réalisation de la valeur. C'est ce procès de marchandisation en trois étapes que nous avons tenté de capter empiriquement au cours des trois derniers chapitres.

Le chapitre deux nous a permis de reconstruire les conditions socationnelles (Swyngedouw, 1999) qui permettent la marchandisation de l'eau. Nous nous sommes d'abord appuyés sur l'histoire de la modernisation de l'eau telle que soutenue par les historiens Christopher Hamlin et Jean-Pierre Goubert postule un changement radical dans nos rapports à l'eau, principalement porté par la découverte des risques pour la santé de menaces bactériologiques. Cette lecture que nous avons qualifiée d'hygiéniste est néanmoins relativisée par Hamlin, qui, reconnaissant l'inefficacité des moyens d'analyse et de traitement de l'eau, ancre plutôt le changement au niveau de l'unification de la substance eau en tant que composé chimique H₂O. Un troisième paradigme s'est ensuite ajouté à ces deux paradigmes modernes que constituent l'unité de la substance eau et l'hygiénisme: celui de la ressource naturelle, qui mobilise les usages économiques de l'eau. Ces trois paradigmes interagissent nécessairement dans les pratiques concernant l'eau et constituent le fondement du construit socationnel moderne de l'eau. De ces interactions naissent des tensions, qui révèlent les fondations de la politique de la valeur. Un document incontournable témoigne de ces tensions dans le contexte québécois: le rapport de la *Commission Legendre* de 1970, mise en œuvre pour attaquer le conflit entre les besoins de l'humain et ceux du développement économique. L'évolution du

statut juridique de l'eau au Québec culmine dans la *Loi sur l'eau* adoptée en 2009. Celle-ci attribue à l'eau le statut de ressource collective vitale dotée d'une valeur intrinsèque. Ce statut constitue le construit socionaturel de la politique de la valeur de l'eau. Cette politique se concrétise en un régime de valeur doté de lois et règlements qui encadrent la marchandisation de l'eau, que nous avons analysé au troisième chapitre. Ce régime est actualisé par un groupe d'acteur, les embouteilleurs (producteurs), qui débute le procès de marchandisation proprement dit, en s'appropriant l'eau par l'embouteillage. Ce procès d'embouteillage est encadré par un ensemble de normes minutant les pratiques et constituant un ensemble de caractéristiques stabilisées qui objectivent un produit d'eau embouteillée. Toutefois, ce produit d'eau embouteillée ne parvient à réaliser sa valeur intrinsèque qu'à condition d'être acquis par un consommateur. Pour que ce produit constitue un bien, il faut que le consommateur se l'attache, qu'il y perçoive une utilité singulière pour laquelle il est disposé à payer. Le quatrième chapitre permet l'application expérimentale de la théorie de l'économie des qualités, initiée par Michel Callon (1999). La théorie de l'économie des qualités postule que l'échange marchand procède d'une transaction reposant sur un cadrage qui explicite, sans être parfaitement transparent, les conditions de l'échange. Ce chapitre nous a permis de repérer différents contextes de mise en marché où les produits se constituent en bien singularisés, c'est-à-dire qu'ils ont acquis une valeur singulière pour le consommateur. La construction de cet attachement prend appui simultanément sur les caractéristiques intrinsèques du produit - principalement constituées de variations sur la mise en application des règlements qui encadrent la production et la distribution de l'eau - et sur les caractéristiques extrinsèques de mise en marché qualifiée de centre de calculs (Callon et Muniesa, 2003).

Lorsqu'on l'appuie sur l'articulation des constituants fondamentaux de l'eau, il est possible de décrire le cadrage de la marchandisation de l'eau embouteillée de la façon suivante:

- 1) L'unité de la substance vitale est le facteur déterminant de la conception moderne de l'eau. L'unité de la substance vitale permet d'engager toute forme d'individuation d'un bien à partir de sa décomposition, par l'analyse chimique. Le H₂O est ainsi à la fois l'identité fondamentale de l'eau et le critère de l'analyse chimique au cœur du procès

de comparaison/substitution nécessaire à la construction de produits d'eaux concurrents comme biens d'eau singularisés.

- 2) L'eau vecteur de morbidité constitue quant à lui le facteur d'incertitude fondamental qui permet l'existence d'un marché de l'eau. Devant l'incertitude face à la potabilité de l'eau, le consommateur doit s'appuyer sur une quelconque information lui permettant de décider de l'innocuité, soit de la qualité de l'eau. C'est ce qui rend possible la comparaison entre produits essentiellement identiques.
- 3) La ressource naturelle permet de considérer l'eau comme un bien rare, doté d'un potentiel économique intrinsèque. Cette composante interpelle un groupe d'acteurs engagés dans la valorisation de cette ressource: les producteurs (embouteilleurs et distributeurs).
- 4) La bouteille joue quant à elle le rôle du médium obligé de la transaction. Elle est le support de l'information servant à qualifier son contenu, la valeur d'usage (ou utilité) faisant l'objet de la transaction. La bouteille constitue aussi une dimension essentielle de la valeur d'usage de l'eau embouteillée, en contenant l'eau jusqu'à sa consommation.

Ce cadrage de base permet une multitude d'enchevêtrements hybrides de choses, acteurs et représentations aptes à singulariser chaque bouteille en un bien singulier. L'algorithme suivant pourrait ainsi représenter séquentiellement la production de valeur par le réseau sociotechnique recouvrant le *régime de valeur* de l'eau embouteillée: Nature > Paradigmes > Normes > Technologies/Pratiques > Produits > Dispositif de calcul > Bien > Échange. Toutefois, comme le mentionnait Chamberlin dès les années 1930, le bien constitue lui-même un réseau de liens d'utilités, un *bundle of utilities*. Ce *bundle of utilities* ne se limite pas à l'eau embouteillée elle-même, mais peut intégrer profondément les préférences subjectives du consommateur. L'objectivation de Miller (1987) ou le choix sociétal de Douglas (1978 ; 1992) reviennent alors nous hanter, et il pourrait être tentant de douter de la construction précédemment démontrée au profit d'une compréhension de la valeur comme processus

subjectif. Néanmoins, l'écart entre les conditions de mise en marché liées à la structure sociale des producteurs et les conditions contingentes explicitées au moment de la transaction semble indiquer un pouvoir de calcul inégal à l'avantage du producteur. Ainsi, le consommateur qui participe à la transaction demeure libre de son choix, à condition que celui-ci corresponde à l'offre. Cette différence, en termes de capacité d'objectivation de la marchandise et de pouvoir de déterminer les conditions de l'échange, invoque la notion de *régime de valeur*. La configuration des centres de calcul ne modifie pas le pouvoir réel des producteurs dans la société en général, mais seulement dans leur relation de concurrence. Symétriquement, il ne semble pas que nous puissions en déduire un quelconque gain d'autonomie de la part des consommateurs. Leur choix est peut-être subjectivement très sophistiqué, mais la conséquence économique de leur achat demeure la même, soit la marchandisation de l'eau. Cet état de fait s'accorde parfaitement avec la conclusion de Page (2005), selon laquelle une population accepte de payer pour l'eau parce qu'elle accepte les conditions de l'échange. Ceci nous conduit à une limite importante de notre démarche. En effet, celle-ci ne s'est intéressée qu'à la construction du *régime de valeur* de l'eau embouteillée du point de vue des conditions qui permettent à l'eau de faire l'objet d'une transaction marchande. Cette lecture néglige les pratiques qui ne sont pas médiatisées par une transaction marchande (telle la pratique très répandue à l'heure actuelle de transporter une bouteille réutilisable pour s'alimenter au réseau public de distribution). Il s'agit d'une dimension sociologique potentiellement signifiante en ce qui a trait à nos rapports économiques à l'eau. Un travail complémentaire pourrait donc être effectué afin de documenter les pratiques non marchandes reliées à la consommation d'eau (embouteillée).

La recherche apporte néanmoins un éclairage méthodologique et théorique intéressant sur l'application de la théorie de l'*économie des qualités* et sa complémentarité avec celle du *régime de valeur*. La notion de qualification/requalification permet d'appliquer le principe d'une politique de la valeur à l'intérieur des pratiques marchandes capitalistes, sans la nécessité d'invoquer des structures sociales de domination déterminantes. Simultanément, la notion de collectif hybride permet de mobiliser le caractère construit des choses, à la fois signifiantes et matérielles, sans qu'il s'agisse d'un rapport de fétichisme illusionniste. En effet, l'équipement du choix décompose la structure de valorisation des choses/marchandises, ce

qui implique la diffusion de la capacité de légitimation symbolique. L'acceptation des conditions de l'échange redevient ainsi problématique en elle-même, sans qu'il y ait besoin ou désir latent. C'est alors l'étonnant accord dans l'action qui devient déterminant pour le procès de marchandisation. La marchandisation maintient son pouvoir d'organisation sociale, mais ce pouvoir est distribué dans l'ensemble des décisions pratiques qui la réalise. La notion d'agence cognitive distribuée, objectivée par des équipements de calcul (de jugement ou d'évaluation), pourrait ainsi permettre de capter empiriquement une idée au coeur de la théorie marxiste de la marchandise: celle d'un lien intrinsèque entre la marchandise individuelle et la « gigantesque collection de marchandise » qui constitue la richesse des sociétés capitalistes.

RÉFÉRENCES

- Akerlof, George A. 1970. « *The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and Market Mechanism* », *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, no. 3, pp. 488-500.
- Akrich, Madeleine. 1987. « Comment décrire les objets techniques? », *Techniques et Culture*, vol. 9, p. 49-64.
- 1989. « La construction d'un système sociotechnique. Esquisse pour une anthropologie des techniques. », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 13, no 2, p. 31-54.
- Appadurai, Arjun. 1986. « *Commodities and the Politics of Value* » dans *The Social Life of Things: commodities in cultural perspective*, Cambridge: Cambridge University Press, 329 p.
- Bakker, Karen. 2005. « *Neoliberalizing nature? Market Environmentalism in Water Supply in England and Wales* ». *Annals of the Association of the American Geographers*, vol. 95, no. 3, p. 542-565.
- Bourdieu, Pierre. 1979. *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris: Édition de Minuit, 670 p.
- Brun, Henri. 1969. *Histoire du droit québécois de l'eau (1663-1969)*, Québec: Commission d'étude des problèmes juridiques de l'eau, 45 p.
- Buttle, Frederick H. 1999. « *Ecological Modernization as Social Theory* ». *Geoforum*, no. 31, p. 57-65.
- Callon, Michel (dir.). 1999. *Laws of the Markets*, Oxford: Blackwell, 278 p.
- Callon, Michel. 2002. « Pour en finir avec les incertitudes? : La qualité », *Sociologie du travail*, vol. 44, no. 2, pp. 261 -267.
- Callon, Michel, Cécile Meadel et Vololona Rabeharisoa. 2000. « L'économie des qualités », *Politix*, vol. 13, no. 52, p. 211-239.
- Callon, Michel et Fabian Muniesa. 2003. « Les marchés comme dispositifs collectifs de calcul », *Réseaux*, vol. 6, no. 122, p. 189-233.
- Castree, Noel. 2003. « *Commodifying What Nature?* ». *Progress in Human Geography*, vol. 27, p. 273-292.

- Chamberlin, Edward H., 1962 [1933], *The Theory of Monopolistic Competition a Re-orientation of the Theory of Value*. Cambridge : Harvard University Press, 396 p.
- Chapelle, Francis H. 2005. *Wellsping : A Natural History of Bottled Natural Spring Waters*. Piscataway : Rutgers University Press, 279 p.
- Clarke, Tony. 2007. *Inside the Bottle, an Exposé of the Bottled Water Industry*, Ottawa: Canadian Centre for Policy Alternatives, 216 p.
- Cochoy, Frank. 1999. « De l'embaras du choix au conditionnement du marché. Vers une socio-économie de la décision », *Cahiers internationaux de Sociologie*, vol. 53, no. 6, pp. 145-173.
- 2002. *Une sociologie du packaging, ou, L'âne de Buridan face au marché*. Paris. PUF, 255 p.
- Connel, John. 2006. « 'The Taste of Paradise': Selling Fiji and FIJI Water », *Asia Pacific Viewpoint*, vol. 47, no. 3, pp. 342-350.
- Cook, Ian et Philip Crang. 1996. « *The World on a Plate: Culinary Culture, Displacement and Geographical Knowledges* », *Journal of Material Culture*, vol. 1, no. 2, pp. 131-153.
- De Rottermund, Edward Sylvestre. 1846. *Le Rapport de E.S. de Rottermund, écuyer, chimiste de l'exploration géologique de la province*. Montréal : Lovell et Gibson., 19 p.
- Douglas, Mary et Baron Isherwood. 1978. *The World of Goods*, Harmondsworth: Penguin Books, 172 p.
- Douglas, Mary. 1992. *Objects and Objections*, Toronto: Toronto Semiotic Circle, 98 p.
- Eymard-Duvernay, François. 1986. « La qualification des produits », in *Le travail. Marchés, règles, conventions*, Salais, Robert et Laurent Thévenot (éds.), pp. 239-247, Paris: INSEE-Economica.
- Fine, Ben et Ellen Leopold. 1993. *The World of Consumption*, Londre: Routledge, 328 p.
- Gagné, Pierre. 2006. *Bouteilles de boisson gazeuse du Québec au XXIe siècle*. Montréal-Nord: Collectophile, 312 p.
- Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, New-York : Harper & Row, 586 p.
- Goubert, Jean-Pierre. 1986. *La conquête de l'eau. L'avènement de la santé à l'âge industriel*. Paris : Robert Lafont. 302 p.

- Guay, Louis. 1999. « La modernisation écologique, rationalité et normativité » In *Les sciences sociales et l'environnement*, sous la dir. de Brigitte Dumas, Camille Vaillancourt et Jean-Guy Vaillancourt, p. 34-49, Montréal: Presses de l'Université de Montréal, 223 p.
- 1994. « La dégradation de l'environnement et l'institutionnalisation de sa protection » in *Traité des problèmes sociaux*, sous la dir. de Fernand Dumont, Simon Langlois et Yves Martin, p. 81-101, Québec: Institut québécois de recherche sur la culture (IQRC), 1164 p.
- Hamlin, Christopher. 2000. « 'Waters' or 'Water'? - Master Narratives in Water History and their Implications for Contemporary Water Policy ». *Water Policy*, vol. 2, p. 313-325.
- 1990. *A Science of Impurity Water Analysis in Nineteenth Century Britain*. Berkley : Berkley University of California Press, 342 p.
- Hartwick, Elaine. 1998. « Geographies of Consumption: a Commodity Chain Approach ». *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 16 pp. 423-437.
- Hébert, Yves. 2008. « L'institutionnalisation des savoirs sur la gestion de l'eau : la genèse et les premières années de l'INRS-Eau de 1970 à 2000 » in *L'eau comme patrimoine. De la Méditerranée à l'Amérique du Nord*, sous la dir. de Hermon, Ella, pp. 429-440, Québec: Presses de l'Université Laval, 432 p.
- Howes, David et Jean-Sébastien Marcoux (dir.). 2006. *La culture sensible*, vol. 30, no 3, *Anthropologie et Sociétés (numéro spécial)*.
- Karpik, Lucien. 1989. « L'économie de la qualités », *Revue française de sociologie*, vol. 30, no. 2, pp. 187-210.
- Kopitoff, Igor. 1986 « *The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process* » dans Appadurai, *op. Cit.*
- Kuhn, Thomas. 1983. *La structure des révolutions scientifiques*, Paris: Flammarion, 284 p.
- Latour, Bruno. 1991. *Nous n'avons jamais été modernes*, Paris: La Découverte, 206 p.
- 1992. « *Where are the Missing Masses, Sociology of a Few Mundane Artefacts* » dans Bijker, Wiebe et John Law (dir.) *Shaping Technology-Building Society. Studies in Sociotechnical Change*, Cambridge: MIT Press, p. 225-259.
- 2007 [2005]. *Changer de société, refaire de la sociologie*, Paris: La Découverte, 400p.
- Lorrain, Dominique. 2003. « Les quatre compétitions dans un monopole naturel. Qu'est-il en train d'arriver au secteur de l'eau? ». *Flux*. Vol. 2-3, no. 52, p. 69-86.

- Marty, Nicolas. 2006. « La consommation des eaux embouteillées. Entre alimentation, distinction et hygiène », *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, no. 91, pp. 25-41.
- 2008. « L'eau embouteillée: histoire de la construction d'un marché », *Entreprises et histoire*, vol. 50, no. 1, pp. 86-99.
- Marx, Karl. [1867] 1993. *Le Capital, Livre Premier*, Paris: PUF, 940 p.
- Miller, Daniel. 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford. Blackwell
- 2002. « *Turning Callon the Right Way Up* », *Economy and Society*, vol. 31, no. 2, p. 218-283.
- Opel, Andy. 1999. « *Constructing Purity: Bottled Water and the Commodification of Nature* », *Journal of American Culture*, vol. 22, no. 4, p. 67-76.
- Polanyi, Karl. 1957. *The Great Transformation*, Boston, Beacon Press, 315 p.
- Poulin, Martin. 2008. « Les eaux embouteillées vendues au Québec, d'où viennent-elles? ». *Vecteur environnement*, vol. 41, no. 5, p. 30-32.
- Samuelson, Paul Antony. 1960, *L'économie techniques modernes de l'analyse économique* (Tome 1), Paris: A. Colin, 636 p.
- Simmel, Georg. [1900]1987. *Philosophie de l'argent*, Paris: PUF, 662 p.
- Slater, Don. 2002. « *From Calculation to Alienation: Disentangling Economic Abstractions* », *Economy and Society*, vol. 31, no. 2, p. 218-283.
- Swyngedouw, Erik. 1999. « *Modernity and hybridity: Nature, Regeneracionismo, and the Production of the Spanish Waterscape, 1890-1930* ». *Annals of the Association of the American Geographers*, vol. 89, no. 3, p. 443-465.
- 2007. « Modernité et hybridité : nature, *regeneracionismo* et la production du paysage aquatique espagnol 1890-1930 », *Géographie, économie, société*, vol. 9, no. 1, p. 39-68.
- Veblen, Thorstein. [1899] 1994, *The Theory of the Leisure Class*, Toronto: Dover Publication, 404 p.
- Warnier, Jean-Pierre. 1999. *Construire la culture matérielle. L'homme qui pensait avec ses doigts*. Paris: PUF, 176 p.
- Warnier, Jean-Pierre et Céline Rosselin (dir.). 1996. *Authentifier la marchandise. Anthropologie critique de la quête d'authenticité*, Paris, L'Harmattan, 259 p.

- White, Harrison. 1992. *Identity and Control a Structural Theory of Social Action*. Princeton: N.J. Princeton University Press, 423 p.
- 1981. « *Where Do Markets Come From?* ». *The American Journal of Sociology*, vol. 87, no. 3, pp. 517-547.
- Wilk, Richard. 2006. « *Bottled Water: The Pure Commodity in the Age of Branding* », *Journal of Consumer Culture*, vol. 6, no. 3, pp. 303-325.

Sources gouvernementales et juridiques

Code Civil du Québec (L.Q., 191, c. 64)

Canada, service de renseignement sur les ressources naturelles. 1926. *Les ressources naturelles du Québec*. Ottawa: Ministère de l'intérieur, 136 p.

Québec, ministère de Richesses naturelles. 1970. *Rapport de la Commission des problèmes juridiques de l'eau*. Québec: ministère de Richesses naturelles, 459 p.

Québec, *Commission sur la gestion de l'eau au Québec*. 2000. *L'eau, ressource à protéger, à partager et à mettre en valeur*. Québec: Bureau d'audience publique sur l'environnement, 293 p.

Québec, ministère de l'Environnement et de l'Eau. 2002. *Politique nationale de l'eau*, Québec: Les publications du Québec., 103 p.

Québec, ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs. *Loi affirmant le caractère collectif en eau et visant à renforcer leur protection*

Québec, ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation. *Loi sur les produits alimentaires*

Québec, ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation. *Règlement sur les eaux embouteillées*