



**LA CIRCULATION DU CAPITAL
LES TERRITOIRES DE L'INNOVATION
"DURABLE": DES MILIEUX LOCAUX
À LA COMMUNICATION "RESPONSABLE".**

Les cas du photovoltaïque et de la finance durable en Suisse occidentale
Christian Livi, Pedro Araujo, Olivier Crevoisier

AUTEURS

Christian Livi est assistant-doctorant au Groupe de recherche en économie territoriale (GRET) de l'Institut de sociologie de l'Université de Neuchâtel. Il est titulaire d'une Master en lettres et sciences humaines (orientation géographie humaine) et oriente sa thèse sur la construction de marché et l'influence des valeurs sociales sur cette dernière.

Christian.livi@unine.ch

Pedro Araujo a travaillé comme collaborateur au Groupe de recherché en économie territorial (GRET) de l'institut de sociologie de l'Université de Neuchâtel. Il est actuellement assistant-doctorant à l'Université de Lausanne.

Pedro.araujo@unil.ch

Olivier Crevoisier est professeur au Groupe de recherche en économie territoriale (GRET) de l'Institut de sociologie à l'Université de Neuchâtel. Il aborde les phénomènes économiques selon une approche institutionnaliste et territoriale. Ses principaux domaines de recherches sont les milieux innovateurs, l'industrie financière et les ressources culturelles.

Olivier.crevoisier@unine.ch

© 2012 by the authors

ISSN : 1662-744X



Contact:

MAPS - Maison d'analyse des processus sociaux
Faubourg de l'Hôpital 27
CH - 2000 Neuchâtel
Tél. +41 32 718 39 34
www2.unine.ch/maps
maps.info@unine.ch

1 RÉSUMÉ

Aujourd'hui, le rôle des milieux innovateurs est réinterrogé compte tenu des évolutions de la globalisation ainsi que des questions liées au développement durable. Cette contribution porte sur le rapport au territoire des innovations « durables », sur l'identification des relations dont elles sont issues et qu'elles engendrent avec le territoire, ainsi que sur les formes de localisation qu'elles induisent. Cet article propose une lecture des dynamiques territoriales, économiques et sociales propres aux innovations « durables » de l'industrie photovoltaïque et de la finance durable en Suisse occidentale. Le principal résultat est que contrairement aux milieux traditionnels, où les processus d'innovation sont concentrés du côté de l'offre, les innovations durables redéfinissent considérablement également les relations avec les consommateurs, les usagers, voir les citoyens. Pour en rendre compte, on propose une approche fondée sur la convention de durabilité. En conclusion, une réflexion autour du concept de milieu innovateur en termes cognitifs, financiers et discursifs est proposée.

ABSTRACT

In a context of globalization characterized by increasing concerns about sustainable development, the roles of innovative milieus have to be reconsidered. Our contribution discusses the territorialities of "sustainable innovations" and identifies the specific actor relations and forms of localization they imply. This paper proposes a reading of territorial dynamics, economic and social conditions for "sustainable" innovation in the photovoltaic and the sustainable finance industries in western Switzerland. In contrast to the traditional theory of innovative milieus – where innovation processes are mainly supply-oriented – we show that sustainable innovations imply redefining relations to consumers and users. To tackle this issue, we propose an approach based on the convention of sustainability. We finally conclude with a reflection on the concept of innovative milieu regarding cognitive, financial and discursive issues.

MOTS-CLÉS

Innovation durable, milieux innovateur, convention de durabilité, territoire, industrie photovoltaïque, finance durable.

Keywords : Sustainable innovation, innovative milieu, territory, photovoltaic industry, sustainable finance.

REMARQUES PRÉLIMINAIRES ET REMERCIEMENTS

La présente recherche a été réalisée dans le cadre de du réseau GREMI-T et plus précisément du projet ASSLIInn, financé par le PUCA¹. Les questions de recherche et les hypothèses ont été élaborées à ce niveau et des enquêtes ont été menées dans une dizaine de pays selon des modalités similaires. La présente contribution rapporte la recherche menée en Suisse occidentale. La recherche sur le photovoltaïque a été intégrée dans le projet « Cluster life cycle » de la European Science Foundation² et financée en partie par le Fonds national suisse de la recherche scientifique (Division 1 – 105517 133256).

¹ Le Plan Urbanisme, Construction, Architecture du ministère de l'équipement finance le réseau dans le cadre de son appel d'offre « Localisation des activités économiques et développement durable ». Le projet ASSLIInn est porté par Leila Kebir (coordination scientifique), EIVP, Pedro Costa, ISCTE-IUL, Olivier Crevoisier, Université de Neuchâtel, Véronique Peyrache Gadeau, Université de Savoie.

² <http://www.cluster-life-cycles.eu/> Projet coordonné par Robert Hassink, Université de Kiel.

INTRODUCTION

Les interrogations concernant le développement durable, le territoire et les politiques publiques sont aujourd'hui nombreuses. Dans un monde où les ressources (connaissances, capital, travailleurs) sont devenues très mobiles, le projet ASSLinn (Kebir et al., 2011) vise à identifier et comprendre ces relations, et plus précisément la manière dont les dynamiques locales participent à la construction de la durabilité. Pour aborder ces questions, nous avons choisi de procéder à des études de cas concernant des « innovations durables ».

La présente contribution a pour objectif d'informer ces questions à partir de deux études de cas. La première concerne l'industrie photovoltaïque en Suisse romande et la seconde la finance « durable » à Genève.

Au-delà des aspects empiriques et de la question de la durabilité, cette contribution a un objectif théorique. L'approche par les milieux innovateurs a été développée à une époque où les ressources étaient considérées comme immobiles et où la question de la durabilité n'était pas aussi pressante qu'aujourd'hui. Dans quelle mesure cette approche doit-elle être adaptée pour rendre compte des dynamiques économiques et territoriales actuelles ?

Le milieu innovateur est un idéal type destiné à comprendre la manière dont les acteurs locaux parviennent à utiliser et maintenir leur autonomie dans un monde qui se transforme et s'intègre. Au-delà de cet idéal type, l'approche par les milieux innovateurs, et plus largement par les *Territorial innovation models* (TIMs) (Moulaert et Sekia, 2003) a consolidé une approche permettant de comprendre les phénomènes socio-économiques par le territoire et réciproquement. Dans le cas présent, il s'agit donc de comprendre quelles sont les territorialités à partir desquelles se développent des innovations dites « durables » et quelles formes territoriales ces dernières génèrent. Plus précisément, on s'attellera à identifier en quoi consistent ces innovations, quels sont les réseaux d'acteurs qui les produisent, en quoi consiste la durabilité pour les consommateurs de ces produits/services, et enfin, quelles sont les formes territoriales qui caractérisent ces transformations. En bref, il s'agit de savoir si les approches territoriales sont à même d'éclairer ce que l'on appelle le développement durable.

Les hypothèses d'ASSLinn se focalisent sur un certain nombre de pistes. Premièrement, la question de la durabilité nécessite d'aller au-delà de l'innovation industrielle classique. La

technologie, par exemple, reste importante, et est souvent investie de la mission de répondre à certaines préoccupations environnementales. Cependant, elle ne saurait suffire et la durabilité requiert de prendre en compte de manière beaucoup plus centrale les dimensions culturelles, symboliques, communicationnelles et de gouvernance. De même, le marché ne peut plus être pensé comme un simple débouché : les attentes de la société se manifestent non seulement sous la forme de la consommation, mais aussi et peut-être surtout comme une communication entre les producteurs, consommateurs et autres parties prenantes, communication qui prend des formes beaucoup plus complexes et élaborées que le simple achat d'un produit.

En second lieu, l'organisation de la production et des entreprises est aujourd'hui très différente de ce qu'elle était dans les années nonante. Les PME innovatrices ne sont plus au centre du modèle. Les grands groupes cotés en bourse contrôlent largement la production et les marchés. Le modèle dominant semble être celui des *global production networks* (Coe et al., 2004), des réseaux qui mettent en relation des régions extrêmement distantes afin de faire jouer au mieux leurs complémentarités et qui ont certainement pour résultat d'exacerber leur concurrence et d'induire de nouvelles hiérarchies spatiales. Des formes territoriales d'organisation articulant des dynamiques locales et des interactions fortes à distance se sont mises en place. Il s'agira donc de comprendre dans quelle mesure les dynamiques locales sont renforcées ou au contraire fragilisées par ces relations lointaines. Le local est-il déstructuré ou au contraire reste-t-il un ressort essentiel pour permettre la participation des acteurs de la région aux dynamiques économiques actuelles? Ces questions portent sur les différents compartiments de l'activité économique, des idées initiales aux consommateurs finaux, en passant par le développement technologique, la production et la construction des marchés.

CADRE CONCEPTUEL ET MÉTHODE

Afin de caractériser les deux cas qui ont fait l'objet de cette recherche, nous aurons recours aux concepts suivants.

Tout d'abord, on identifiera en quoi les innovations observées contribuent à la durabilité. Ceci n'est pas évident car la durabilité reste une notion très abstraite qui, lorsqu'elle est observée en situation, prête toujours le flan à la critique. Cette dernière n'est donc pas dissociable du produit. Les deux cas que nous avons retenus, le photovoltaïque et la finance durable, ne font pas

exception. L'enquête met en évidence les discours des acteurs, les justifications qu'ils produisent pour souligner la dimension durable des innovations en question.

Ensuite, on rendra compte des différents acteurs qui sont partie prenante des réseaux d'innovation qui produisent ces changements ainsi que les règles de concurrence / coopération qui régissent ces réseaux. Remarquons que ces parties prenantes vont au-delà des acteurs classiques (centres de recherche, PME innovatrices, etc.) et peuvent englober des médias plus ou moins spécialisés, des ONG, des acteurs institutionnels, des communautés de pratiques, etc.

Enfin, on caractérisera la territorialité de ces réseaux, c'est-à-dire le rôle de la proximité et de la distance, de l'ici et de l'ailleurs, du local, du national et du global, du passé, du présent et du futur. En confrontant ces résultats avec l'idéal type du milieu innovateur, on pourra caractériser les adaptations conceptuelles nécessaires à ce dernier pour rendre compte du changement lié au développement durable.

Cette enquête a été menée avec pour but de répondre à des questions conceptuelles et théoriques qui sont au départ déjà largement structurées par le projet ASSLInn (Kebir et al., 2011). Les études de cas sont à comprendre dans cette perspective. Il ne s'agissait pas de rendre compte d'une manière exhaustive de ces transformations, ni de mener une recherche exploratoire, mais bien de les confronter à des hypothèses de recherche qualitatives explicitées en profondeur.

Concrètement, les deux études cas ont été réalisées entre les mois de mai et septembre 2011. Elles ont consisté en un travail documentaire, principalement la collection et l'analyse de coupures de presse, et en deux séries d'entretiens semi-directifs. Ces derniers ont été menés auprès des directions des entreprises, des instituts de recherche des fondations et des services publics impliqués. Il s'agissait de constituer des études de cas d'innovation et de voir en quoi elles participent – ou non – à une dynamique collective, locale et/ou extra-locale. Des observations et divers contacts ont également été réalisés lors de manifestations (foires, forums). Au total, 17 entretiens ont été réalisés dans les activités photovoltaïques en Suisse romande et 15 dans la finance durable à Genève.

1 L'INDUSTRIE PHOTOVOLTAÏQUE EN SUISSE OCCIDENTALE

Les innovations retenues dans cette étude sont les technologies photovoltaïques et les projets solaires développés en Suisse occidentale. Il s'agira de comprendre à partir de quelles territorialités les innovations photovoltaïques se développent et quelles territorialités elles génèrent.

Traditionnellement, les technologies et les produits photovoltaïques sont considérés comme des biens « durables ». Au sein du milieu analysé, l'utilisation d'une énergie naturelle, respectueuse à l'égard de l'environnement et perpétuelle pousse les acteurs locaux à considérer ces innovations photovoltaïques comme « durables ».

1.1 LE RÔLE DU MILIEU PHOTOVOLTAÏQUE DANS LA DIVERSIFICATION DES APPLICATIONS

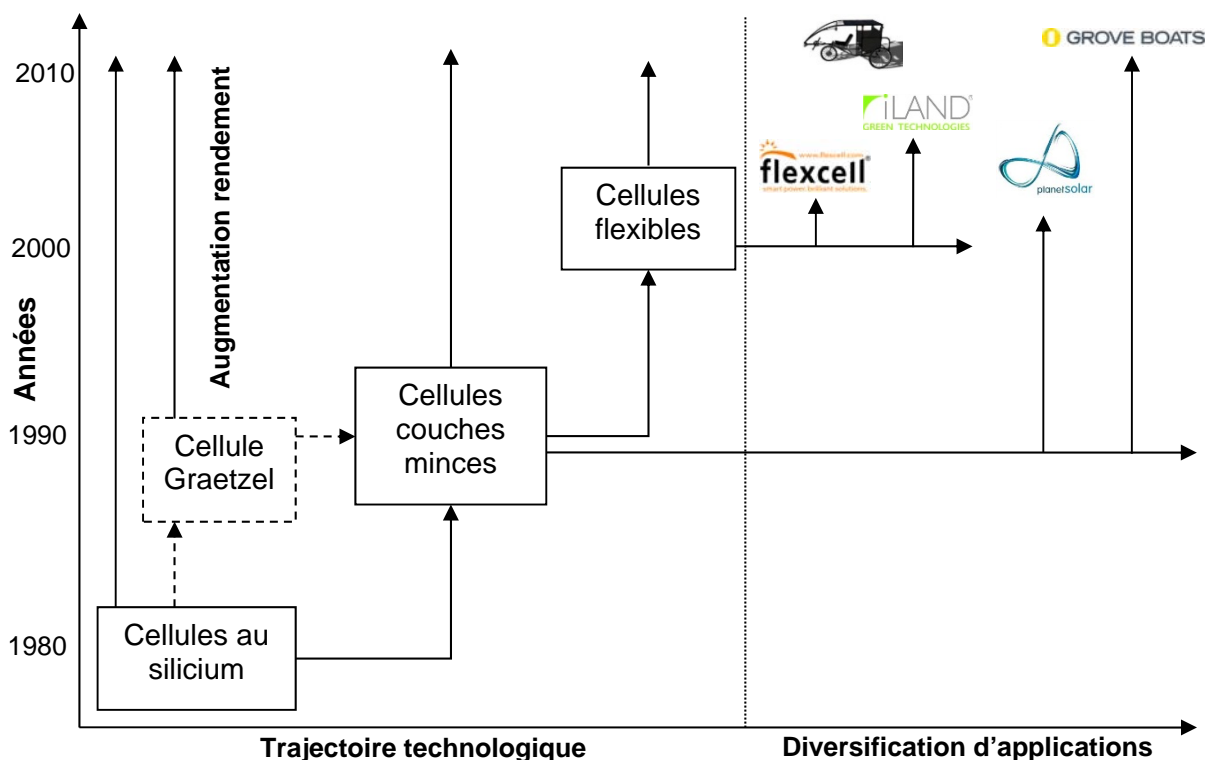
Pour les théories évolutionnistes et institutionnalistes, les innovations sont les moteurs du développement. Elles fournissent des solutions à des obstacles techniques. Les innovations radicales sont plutôt exceptionnelles. La plupart des innovations apparaissent au cours du temps sur la base de routines (Nelson and Winter, 1982 ; Wenting, 2008). Périodiquement, apparaissent des nouvelles « branches » qui augmentent la variété de biens.

En Suisse occidentale, les recherches concernant les technologies photovoltaïques émergent dans les années '80 grâce à l'ouverture en 1984 du laboratoire photovoltaïque (PVLab) par le Prof. Arvind Shah au sein de l'Institut de Microtechnologie de Neuchâtel (IMT), actuellement affilié à l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL). Grâce aux recherches et formations centrées sur l'énergie photovoltaïque, cet établissement a permis la création de nombreuses start-ups et a attiré des cellules de R&D de grandes entreprises dans la région. À Lausanne également, l'EPFL a consacré beaucoup d'attention aux recherches sur le photovoltaïque, surtout grâce aux contributions du Prof. Graetzel – créateur d'une cellule photovoltaïque homonyme – faisant actuellement l'objet de recherches de laboratoire. Dans ce domaine également, différentes start-ups et entreprises photovoltaïques ont été créés.

Si les instituts de recherche photovoltaïques se sont constamment centrés sur les recherches fondamentales et appliquées des technologies photovoltaïques, les entreprises se sont focalisées

sur la production des cellules et de produits utilisant ces cellules. Jusque dans les années nonante, les entreprises présentes dans la région ont concentré leurs productions autour des cellules photovoltaïques au silicium cristallin. Ces dernières représentent encore actuellement l'essentiel du marché mondial. À cette époque, c'était la seule technologie disponible sur le marché (Figure 1). Au cours des années nonante, les recherches menées en Suisse occidentale et ailleurs ont permis la création de cellules à couches minces, bien plus fines mais dont le rendement énergétique est moindre que pour les précédentes. Ainsi, les modules à couches minces ont été l'outil pour créer en Suisse occidentale des cellules aptes à produire des panneaux solaires flexibles, facilement transportables et pliables. Malgré la multiplication de produits photovoltaïques sur le marché, l'industrie photovoltaïque ne correspond pas au modèle d'innovation radicale ou d'obsolescence fonctionnelle (Packard, 1960); au contraire, toute la gamme des cellules photovoltaïques évolue grâce à de nouvelles recherches qui en augmentent l'efficacité et le rendement.

FIGURE 1 : TRAJECTOIRE TECHNOLOGIQUE ET DIVERSIFICATION DES APPLICATIONS DES PRODUITS PHOTOVOLTAÏQUES EN SUISSE OCCIDENTALE.



Source : Elaboration propre.

Généralement, chaque technologie développée suit un double développement. D'une part, on cherche à améliorer le rendement des cellules photovoltaïques. D'autre part, les technologies photovoltaïques donnent naissance à de nouveaux types de cellules toujours plus sophistiquées, dont le rendement n'est pas forcément plus élevé mais qui ouvrent cependant la porte à des nouvelles applications.

Dans ce contexte, les années 2000 représentent une période clé de l'industrie photovoltaïque en Suisse occidentale. On assiste à l'accroissement de diversification d'applications dans le milieu. Malgré une recherche continue fournie par les laboratoires concernant les rendements des panneaux photovoltaïques, la diversification d'applications a été causée principalement de deux manières. Premièrement, la présence de technologies à l'échelle locale a permis aux entrepreneurs de détenir des outils aptes à la création de nouveaux appareils ou de produits innovants. Deuxièmement, cette diversification découle d'une réponse à un développement du marché photovoltaïque global concernant autant des pays asiatiques qu'occidentaux. Dans cette situation, la diversification d'application permet aux acteurs locaux de créer à la fois des produits innovants ainsi que de différencier l'offre, afin d'échapper aux contraintes causées par la forte concurrence asiatique.

Malgré l'utilisation de technologies diverses, de nombreux projets et produits possèdent des caractéristiques communes tant pour des aspects communicationnels que techniques et industriels. En effet, certains d'entre eux se consacrent principalement à la sensibilisation du grand public aux thématiques durables, tandis que d'autres s'inscrivent plutôt dans des logiques industrielles classiques de production.

- PlanetSolar est un projet de bateau solaire qui a réalisé un tour du monde exclusivement grâce à l'énergie solaire. Ce projet – conçu en Suisse romande mais réalisé en Allemagne – vise une sensibilisation de l'opinion publique par la démonstration de l'efficacité de l'énergie photovoltaïque.
- Malgré une attention médiatique plus faible, le tricycle solaire Magic Turtle s'inscrit dans la même logique. C'est un moyen de transport alternatif soutenu principalement par des autorités publiques et des villes, qui l'utilisent comme produit de sensibilisation.
- Dans une perspective plus industrielle, l'entreprise Grove Boats produit des bateaux solaires destinés principalement à une clientèle publique pour des usages touristiques et

écologiques. Ces bateaux sont souvent utilisés pour transporter les touristes lors de la visite de villes comme Venise.

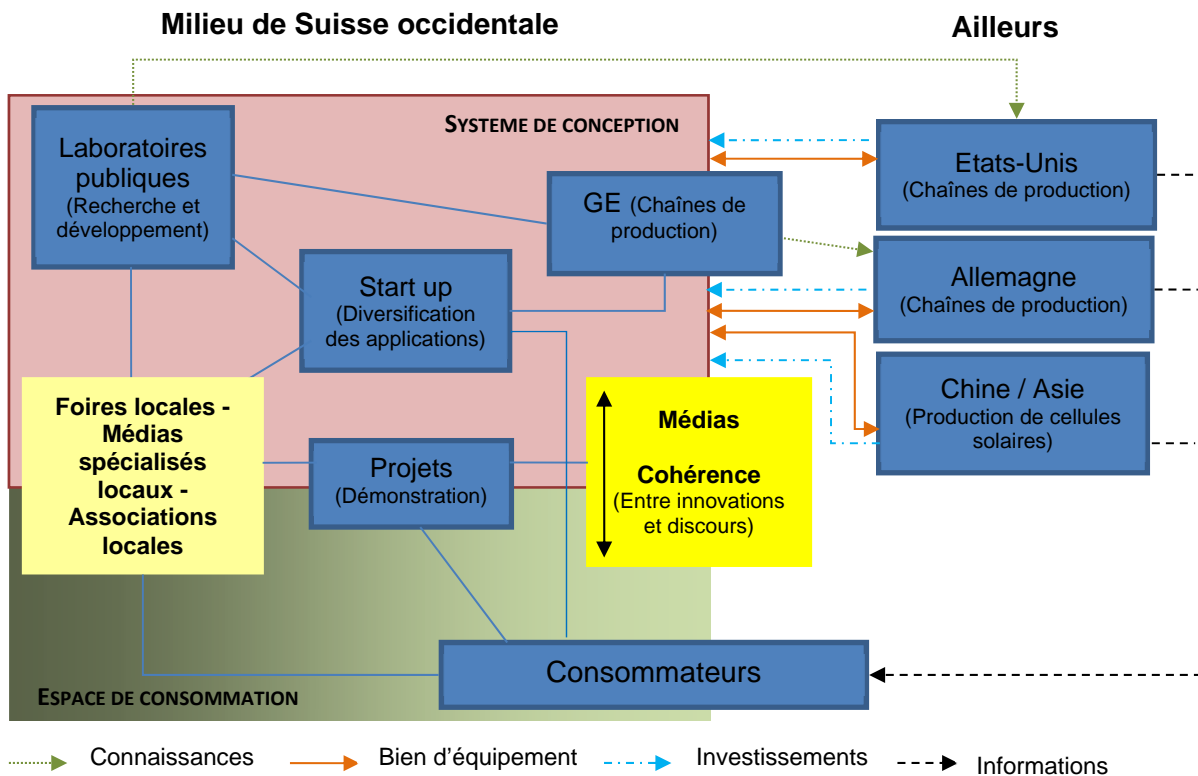
- Les cellules photovoltaïques flexibles développées localement ont permis la réalisation de nombreux produits liés à l'énergie solaire. C'est le cas d'Iland Green Technologies, start-up locale qui – utilisant les cellules flexibles développés par l'entreprise Flexcell – a produit un tube permettant de transporter une batterie et un panneau solaire flexible et d'avoir accès partout à une source d'énergie.

Territorialement, les projets et les produits photovoltaïques sont étroitement connectés entre eux. Ils s'inscrivent dans un milieu caractérisé par nombreuses relations locales et multi-locales de transferts de connaissances et d'investissements, mais aussi par une prise en compte toujours plus grande de la sensibilité de la société et des consommateurs au discours sur la durabilité.

1.2 RELATIONS MULTI-LOCALES ET SENSIBILISATION DU CONSOMMATEUR

Le milieu photovoltaïque en Suisse occidentale se caractérise par deux systèmes distincts (Figure 2) : le système de conception et l'espace de consommation. Le *système de conception* désigne la sphère dans laquelle les innovations et les compétences photovoltaïques sont développées. Les laboratoires publics s'occupent de la recherche, de l'amélioration et du développement des technologies photovoltaïques ; les grandes entreprises – localisées dans la région mais également à l'étranger – se consacrent surtout à la réalisation de chaînes de production nécessitant les compétences des laboratoires de recherche pour l'augmentation d'efficacité des cellules photovoltaïques ; les start-ups se concentrent principalement sur la diversification des applications en utilisant les technologies développées dans la région et en les appliquant à des produits concrets dans le but de les industrialiser. Entre ces acteurs, les compétences circulent de manière continue et combinatoire, puisque si d'une part les laboratoires fournissent les compétences aux grandes entreprises, d'autre part, ces dernières approvisionnent les start-ups et les entreprises locales en cellules photovoltaïques de dernière génération. *Flexcell* en bel exemple puisqu'elle possède des compétences provenant du laboratoire public de recherche et qu'elle fournit des composants aux start-ups locales.

FIGURE 2 : LES RELATIONS MULTI-LOCALES DU MILIEU PHOTOVOLTAÏQUE DE SUISSE OCCIDENTALE.



Source : Elaboration propre.

L'*espace de consommation* représente non seulement le milieu dans lequel le consommateur achète le produit mais aussi la sphère de captage d'information, d'élaboration et diffusion du discours développé autour de ce dernier. Dans ce contexte, les consommateurs et usagers potentiels prennent conscience de l'existence des produits photovoltaïques en relation avec leurs aspirations au développement durable. Subséquemment, ils peuvent s'identifier aux discours et à l'idéologie qui accompagnent le produit lui-même. Dès lors, la valeur assignée au produit ne découle pas exclusivement d'aspects proprement techniques mais aussi du discours que le produit incarne et transmet. De la même manière, les entreprises et les entrepreneurs qui portent ces projets sont perçus et évalués comme des porteurs d'un message relatif à la durabilité. Ces innovations recombinent ces deux aspects, production et consommation. Les projets solaires peuvent être considérés comme *hybrides*. D'une part, ils sont évalués comme des outils appliquant des nouvelles technologies photovoltaïques. D'autre part, ils représentent des moyens de démonstration à l'égard de l'opinion publique des progrès des technologies solaires. L'exemple

plus fragrant de notre étude est *PlanetSolar*. Ce projet cherche à sensibiliser l'opinion publique concernant l'efficacité de l'énergie photovoltaïque sans aucun but proprement productif.

Cependant, pour que le système de conception et l'espace de consommation coexistent, une cohérence discursive entre les acteurs du milieu est nécessaire. Les entrepreneurs soutiennent le discours qu'ils proposent à travers leurs productions, tandis que les consommateurs adhèrent à ces propos en diffusant leur engagement, en achetant les produits et en témoignant de leur intérêt au battage médiatique qui entoure leur développement. Dans ce contexte, les médias et les autorités publiques participent en tant que *tiers intermédiaires et légitimants*. En effet, ils donnent systématiquement un écho – largement positif – aux innovations. Il y a donc une véritable désirabilité sociale et ces produits y répondent en partie.

Les relations avec l'ailleurs portent sur des enjeux techniques, financiers et territoriaux. D'une part, les laboratoires publics collaborent avec des instituts et des entreprises étrangères en fournissant les compétences nécessaires pour la création de chaînes de production de plus en plus efficaces. Souvent, ces grandes entreprises ont implanté un laboratoire de recherche et développement dans la région afin d'acquérir des savoir-faire et des connaissances fondamentales. Ces dernières seront ensuite transmises à leur maison-mère en Allemagne ou au Japon afin de créer des lignes de production efficaces et des cellules photovoltaïques toujours plus rentables. *Roth&Rau* est un bel exemple de ce type de stratégie : l'entreprise allemande a localisé son laboratoire à proximité du laboratoire photovoltaïque public afin d'en capter des nouvelles technologies utilisables dans leurs usines. D'autre part, l'étranger influence ce milieu à travers différentes modalités. Premièrement, les entreprises étrangères fournissent des biens d'équipement utilisés par les entreprises locales. Deuxièmement, les investisseurs étrangers interviennent avec leurs capitaux dans la phase d'industrialisation des produits photovoltaïques des acteurs locaux. D'un point de vue financier, les start-ups innovent traditionnellement grâce à des capitaux de proximité octroyés par des investisseurs locaux ou des autorités publiques. Le cas d'*Ilind Green Technologies* représente un bel exemple, étant donné que les capitaux proviennent du réseau social de l'entrepreneur. En revanche, à partir de la phase d'industrialisation, les start-ups et les nouvelles entreprises sont souvent achetées par des groupes cotés en bourse ou liés à des investisseurs privés qui leur fournissent les capitaux nécessaires pour croître. Ces derniers sont souvent prêts à investir des grandes sommes d'argent dans des projets ou dans la production de nouvelles applications. Nous pouvons citer le cas de *Flexcell* – aujourd'hui en difficulté - qui au début de sa

phase d'industrialisation a été rachetée par *Q.Cells*, multinationale allemande productrice de cellules photovoltaïques.

Des pays tels que les Etats-Unis, l'Allemagne ou des régions telles que l'Asie Orientale ont donc un impact important sur l'économie du milieu photovoltaïque de la Suisse Occidentale. D'un point de vue technique, les pays occidentaux s'orientent plutôt vers la création de lignes de production. Les pays du Sud-Est asiatique –principalement la Chine – s'orientent vers la production de cellules photovoltaïques à coûts faibles. Ces cellules – même si elles appartiennent à des anciennes générations de cellules photovoltaïques – offrent aux consommateurs un rapport qualité-prix avantageux par rapport aux productions européennes et américaines.

Cependant, la création d'un marché global du photovoltaïque soulève différentes questions quant à la production et à la consommation des produits présentés comme « durables ». D'une part, de très nombreuses petites et grandes entreprises occidentales peinent actuellement à supporter la concurrence des productions chinoises et indiennes tout aussi performantes mais moins coûteuses sur le marché. Dès lors, différentes firmes se trouvent obligées de se restructurer ou de fermer. La recherche et le développement de nouvelles technologies photovoltaïques ne permettent pas de remplir l'écart qui s'instaure dans le rapport entre le rendement des panneaux produits et les coûts sur le marché.

D'autre part, l'augmentation d'articulation entre le local et l'ailleurs se développe dans le domaine symbolique et médiatique. Au cours de notre recherche, nous nous sommes aperçus que l'analyse de la construction du marché au sein de l'industrie photovoltaïque doit inclure tant les aspects productifs que les attentes et les comportements des consommateurs. Afin de cerner de manière globale la construction du marché photovoltaïque le rapport entre production et consommation et le discours développé entre eux, nous avons utilisé l'outil de la « convention » (Callon et al., 2002 ; Eymard-Duvernay, 2006 ; Salais et Storper, 1993).

1.3 D'UNE JUSTIFICATION TECHNIQUE À UNE CONVENTION D'ENGAGEMENT DURABLE

Dans une approche conventionnaliste, les producteurs et les consommateurs sont liées par un accord qui permet de canaliser les incertitudes à partir d'une forme commune d'évaluation et qui peut être définie comme une « convention de durabilité ». Cette convention – coordonnée entre

une logique « industrielle/marchande » et une logique « civique » (Gabriel et Gabriel, 2004/5, 203) – est caractérisée par une projection dans le futur et par un lien entre le local et l'ensemble de la planète. Elle postule le danger énergétique et environnemental auquel conduit le système actuel et l'intériorisation de cette impasse par le consommateur. Cette convention de durabilité se fonde également sur la notion de *responsabilité*, qui se traduit par « une ouverture aux préoccupations environnementales et sociales dans le développement et le déploiement des innovations partagée entre différents acteurs de la société » (Ingham, 2011, 32). Chaque action accomplie est soumise à un contrôle social et jugée par l'opinion publique comme étant « responsable » ou « non-responsable », voir « irresponsable ».

Dans les cas observés, l'entrepreneur est souvent mis en scène d'une manière emblématique. Ce dernier fournit une réponse – certes très partielle - aux aspirations à un futur propre et économe en énergie sous une forme marchande. Il devient un interprète du sauvetage de la planète tout en s'inscrivant dans un système de production/consommation appelé à perdurer grâce à l'innovation. Se différenciant d'un simple producteur, il connecte autant l'esprit productif que l'esprit de metteur en scène engagé dans la durabilité, promettant de trouver des solutions aux problèmes environnementaux globaux et travaillant pour le bien-être d'une communauté. L'offreur est donc un entrepreneur « responsable » s'inscrivant dans une sorte de « conception défensive et curative » poursuivant la réduction des nuisances écologiques occasionnées par la civilisation industrielle (Djellal et Gallouj, 2009, 61). Cet engagement favorise la distinction par l'opinion publique entre ce qui est responsable et ce qui ne l'est pas.

Les conventions de qualité « ne définissent pas seulement comment la qualité d'un objet est évaluée au sein d'une même communauté de production-consommation mais aussi comment elle est contrôlée et légitimée » (Jeannerat, 2009, 29). La production de biens durables sous-entend une insertion dans le produit de valeurs octroyées par les citoyens (Djellal et Gallouj, 2009). Dans ce contexte, le client n'achète pas qu'un produit à utiliser, mais également un discours concernant les innovations et leurs utilités ainsi qu'un dispositif plus ou moins élaboré de contrôle social permettant d'en vérifier la conformité.

Dans une telle perspective, le client de l'industrie photovoltaïque n'est pas un simple utilisateur évaluant les fonctionnalités techniques du produit solaire. Il nourrit un discours durable et il adhère à une interprétation du processus de valorisation du produit. Le demandeur est un utilisateur responsable, car le rapport avec le producteur ne s'arrête pas seulement à l'achat mais il construit

une relation de co-production (Ritzer et Jurgenson, 2010) qui fait évoluer le produit et il adhère à l'argumentation en la valorisant et en la diffusant (Tremblay, 2011).

Dans cette configuration, la stratégie mise en place par l'entrepreneur et son entreprise vise à montrer aux utilisateurs et au grand public les fonctionnalités des produits ainsi qu'à leur fournir un discours médiatisé concernant les technologies solaires et le développement durable. Il s'agit de mettre en scène – principalement dans les foires – une performance capable de confirmer les potentialités du produit mais aussi d'inviter les consommateurs à une utilisation accrue d'énergies renouvelables. Ainsi, la justification d'utilisation des produits photovoltaïques a évolué ; aujourd'hui, la sensibilisation du consommateur est mise en avant à travers une justification liée plutôt à l'engagement pour la durabilité qu'aux caractéristiques techniques des biens.

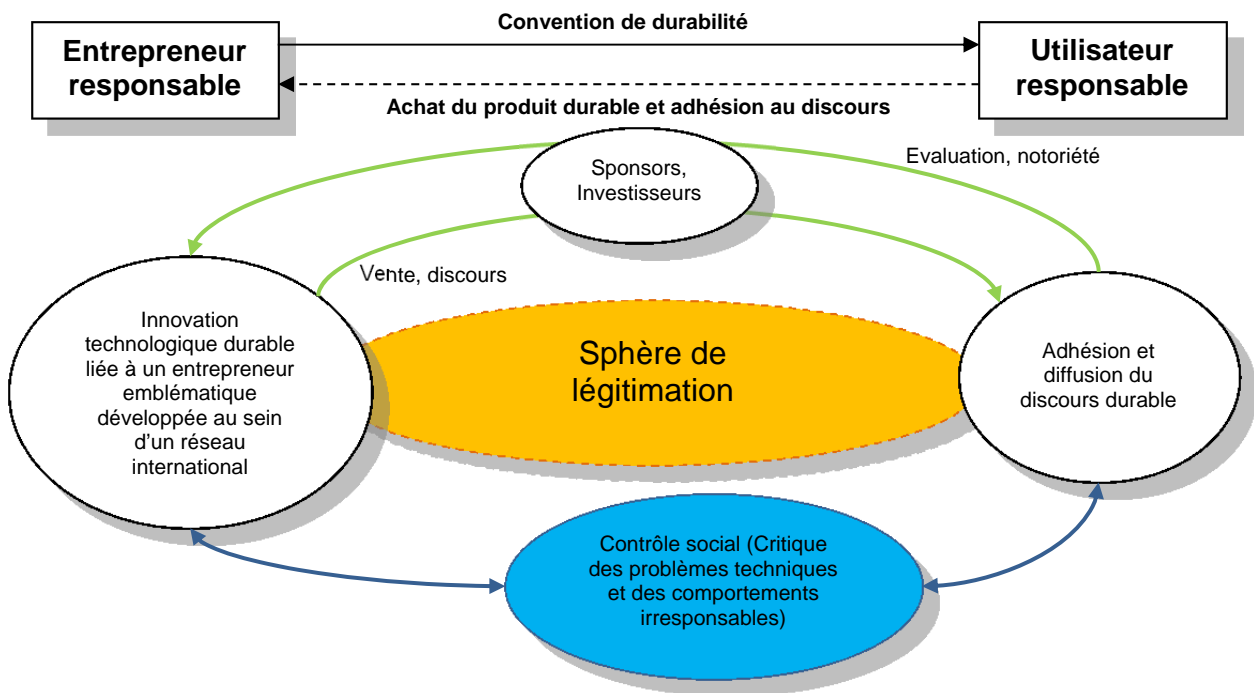
Contrairement à la convention technique classique (Jeannerat, 2009), l'évaluation de la qualité se fait après l'échange marchand. Pour les produits solaires (par ex. les panneaux solaires en silicium), la qualité est évaluée par son utilisation et par l'échange instauré entre l'utilisateur responsable et l'entrepreneur. La technologie certifie le discours apporté par les entrepreneurs. La qualité est soumise à un contrôle social qui repère les éventuelles irresponsabilités des acteurs et les éventuels défauts techniques des produits. Ce contrôle devient donc une « véritable instance porteur de légitimité » (Gabriel et Gabriel, 2004/5, 206) qui valorise le produit et son message implicite. En revanche, pour les projets solaires l'évaluation se fait lors du test industriel médiatisé (par ex. un tour du monde en bateau solaire). Ce dernier servira de preuve des performances de ces nouvelles technologies. Cette innovation porte sur une démonstration possédant un écho mondial des fonctionnalités de l'énergie solaire.

Comme nous avons remarqué, les *tiers légitimants* (en particulier les ONG, les médias et les autorités publiques) deviennent essentiels pour la diffusion du message concernant le développement durable et pour la mise en scène de la nouveauté et de l'engagement des entrepreneurs (Jeannerat, 2009 ; Tremblay, 2011). Les acteurs de marketing et de communication peuvent être donc considérés comme des moyens effectifs de propagation d'image, de canalisation du contrôle social et de crédibilisation envers l'opinion publique aux échelles nationale globale.

L'idéal-type de communauté de production-consommation montre les enjeux socio-économiques coordonnant cette relation (Figure 3). Malgré les débats actuels concernant l'abandon du nucléaire, l'innovation solaire demeure basée sur une volonté personnelle et entrepreneuriale locale. En effet, l'entrepreneur responsable développe une innovation technologique vendue aux

utilisateurs et validée à travers la sphère légitimante. Cette innovation ne doit pas être considérée comme un simple produit, car ce dernier est le support de valeurs sociales auxquelles l'utilisateur aspire. La distribution et la diffusion de produits solaires chez les utilisateurs est rendue possible par le discours constitué autour des innovations durables qui donne une légitimité publique au développement technologique. Le consommateur responsable évalue le message transmis et y adhère en achetant le produit et en diffusant le discours relatifs à la durabilité. De leur côté, les sponsors et les investisseurs adhèrent au discours et aux perspectives futures de l'entrepreneur en sponsorisant l'innovation et en en retirant des gains, soit d'ordre monétaires, soit de notoriété. L'adhésion des investisseurs à des projets photovoltaïques dont la rentabilité financière est faible s'explique par un retour en termes de notoriété.

FIGURE 3 : COMMUNAUTÉ ARTICULÉE AUTOUR DE LA CONVENTION DE DURABILITÉ.



Source : Elaboration propre à partir de Jeannerat (2009).

D'après Dujarier (2008, 154), « les entreprises ont besoin de créer un environnement dans lequel les clients sont préoccupés par l'impact de leur comportement sur les autres consommateurs ». Dans ce contexte, la critique qui légitime ces produits peut également se retourner contre les

pratiques et les produits des entrepreneurs emblématiques. Ce contrôle social permet également la stigmatisation des problèmes techniques et des comportements irresponsables.

2 LA FINANCE DURABLE A GENÈVE

Depuis son apparition à la fin des années 1890, la place financière helvétique est passée d'une industrie locale relativement modeste³ à l'une des principales plaques tournantes des capitaux internationaux (Mazbouri, 2005). Elle occupe, à ce titre, la position de leader mondial en matière de gestion de fortune transfrontalière (ASB, 2011). Cet extraordinaire développement est en partie dû à une stratégie, mise en place au début du XX^{ème} siècle par les cercles bancaires helvétiques, qui consiste à faire de la Suisse un pays-refuge pour les individus cherchant à protéger leurs capitaux du fisc national (Guex, 2002). Cet avantage compétitif, renforcé par la loi sur les banques de 1934 interdisant la violation du secret bancaire, semble aujourd'hui s'effriter face à la pression internationale réclamant plus de transparence et davantage de collaboration avec les administrations fiscales. Face à ces nouvelles exigences, les acteurs de la place financière helvétique sont contraints de redéfinir une stratégie pour maintenir leur position au sein des centres financiers internationaux. C'est dans cette optique que l'Association suisse des banquiers (ASB) et le Conseil fédéral ont développé un plan qui vise à promouvoir une industrie financière désormais fondée sur la gestion d'avoirs déclarés⁴. Ce nouveau positionnement va de pair avec, d'une part, la production de nouvelles stratégies discursives dont l'objectif est de présenter une place financière acceptée sur le plan international, et d'autre part, la mobilisation de nouvelles ressources et compétences pour préserver l'attractivité de la place financière helvétique.

³ Il faut ici souligner que les grandes banques suisses UBS et Crédit Suisse, qui comptent aujourd'hui plus de 60'000 employés chacune à travers le monde, étaient au début du XX^{ème} siècle d'une taille moins imposante. Leur effectif ne dépassait alors pas la centaine d'employés.

⁴ A ce propos, un des axes stratégiques définis en mars 2010 par le gouvernement suisse s'intitule « stratégie de l'argent propre ». Document officiel : <http://www.efd.admin.ch/dokumentation/zahlen/00579/00607/00616/index.html?lang=fr>. Consulté le 25 mai 2012.

C'est dans ce contexte mouvementé que certains acteurs financiers se sont saisis des enjeux liés au développement durable pour reconstruire la légitimité de leur industrie. A travers l'étude de cas du milieu de la finance durable de la place financière de Genève, nous souhaitons rendre compte des nouvelles dynamiques mises en œuvre par ces acteurs.

2.1 L'IDENTIFICATION DE L'INNOVATION FINANCIÈRE

La finance durable⁵ est un concept qui désigne l'ensemble des stratégies mises en œuvre par des professionnels financiers pour inclure les enjeux liés au développement durable dans les produits et les services qu'ils proposent à des investisseurs privés ou institutionnels. Cette intégration s'opère par la création de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance – autrement appelés les critères ESG – qui viennent compléter les traditionnels critères financiers de la gestion de fonds d'investissements. La performance des investissements sur lesquelles repose la finance durable n'est donc pas déterminée exclusivement en fonction de la rentabilité financière comme c'est le cas dans la finance traditionnelle, mais également en fonction de l'évaluation du niveau de durabilité des fonds. Pour mesurer la performance en matière de développement durable d'un fonds, les professionnels financiers ont recours à une grande diversité d'approches parfois très différentes les unes des autres (Tableau 1).

Ces différentes stratégies ne sont pas exclusives, mais peuvent au contraire se compléter. Ainsi, il n'est pas rare d'observer des sociétés de gestion financière pratiquer l'inclusion normative sur certains fonds – par exemple, les fonds thématiques sur les énergies renouvelables – et proposer

⁵ Nous avons également rencontré dans notre terrain d'autres dénominations voisines. De façon non-exhaustive, nous pouvons citer la « finance éthique », « les fonds verts » ou encore « l'investissement socialement responsable » (ISR). Pour ce dernier terme, bien qu'il soit le plus répandu, aussi bien dans la littérature scientifique que dans les milieux financiers, nous avons choisi de ne pas l'utiliser pour cet article. Nous invoquons deux raisons à cela. Premièrement, la notion d'ISR telle qu'elle est définie dans la littérature ne rend pas toujours compte de toutes les innovations financières liées au développement durable. C'est notamment le cas de la microfinance et des investissements hors des marchés financiers. Deuxièmement, nous traduisons l'envie de certaines personnes que nous avons interrogées de se positionner dans un cadre plus large que l'ISR.

également un suivi de la politique sur le développement durable des entreprises concernées (*engagement*).

TABLEAU 1 : PRINCIPALES STRATÉGIES DE FINANCE DURABLE IDENTIFIÉES À GENÈVE.

Stratégie	Composante de durabilité
<i>Exclusion normative</i>	Application d'un filtre négatif excluant d'un portefeuille de titres les entreprises ne répondant pas à certaines attentes fondées sur des normes, des valeurs ou des seuils minimaux de performance « durable » (Negative Screening).
<i>Inclusion normative</i>	Application d'un filtrage positif incluant dans un portefeuille de titres des entreprises qui peuvent être à la fois les plus performantes de leur secteur en matière de développement durable (Best-in-Class, Positive Screening) ou dont l'activité principale est en lien direct avec des questions environnementales ou sociétales (fonds thématiques).
<i>Engagement</i>	Dialogue avec les entreprises présentes dans un portefeuille de titres en vue de promouvoir des pratiques socialement responsables.
<i>Activisme actionnarial</i>	Exercice du droit de vote des actionnaires par l'intermédiaire d'un professionnel financier.
<i>Intégration</i>	Application de critères ESG par le professionnel financier dans l'analyse de classes d'actifs
<i>Microfinance</i>	Offre de services financiers à destination d'une population le plus souvent exclue du système financier traditionnel.
<i>Investissement durable direct</i>	Investissement à long terme hors marchés financiers dans des entreprises qui ont un fort potentiel en performance durable (impact finance).

Source : Elaboration propre.

Quelles que soient les stratégies envisagées, le développement de la finance durable nécessite la mise en place d'un dispositif de contrôle permettant aux professionnels financiers de produire une expertise dans un domaine qui leur était jusqu'ici inconnu. C'est précisément la construction de la légitimité à rendre compte de la performance en matière de développement durable des entreprises qui est au cœur de cette innovation. La mise en place d'un tel dispositif nécessite à la fois la mobilisation des nouvelles ressources et des nouveaux savoir-faire. D'un point de vue

territorial, cela se traduit, d'une part par une utilisation nouvelle des ressources locales, notamment la mise en réseaux des acteurs travaillant dans la finance durable, et d'autre part, par le recours à des normes constituées au niveau international.

2.2 LES RELATIONS AU SEIN DU MILIEU

Le milieu de la finance durable à Genève est caractérisé par l'imbrication d'une logique de concurrence et d'une logique de coopération. Dans une telle configuration, nous pouvons distinguer des rapports de nature différente entre les professionnels financiers selon les espaces dans lesquels ils se trouvent. Nous distinguons trois espaces distincts dans les relations observées dans le milieu de la finance durable à Genève : un espace de l'offre, un espace de partage et un espace de la demande (Figure 4).

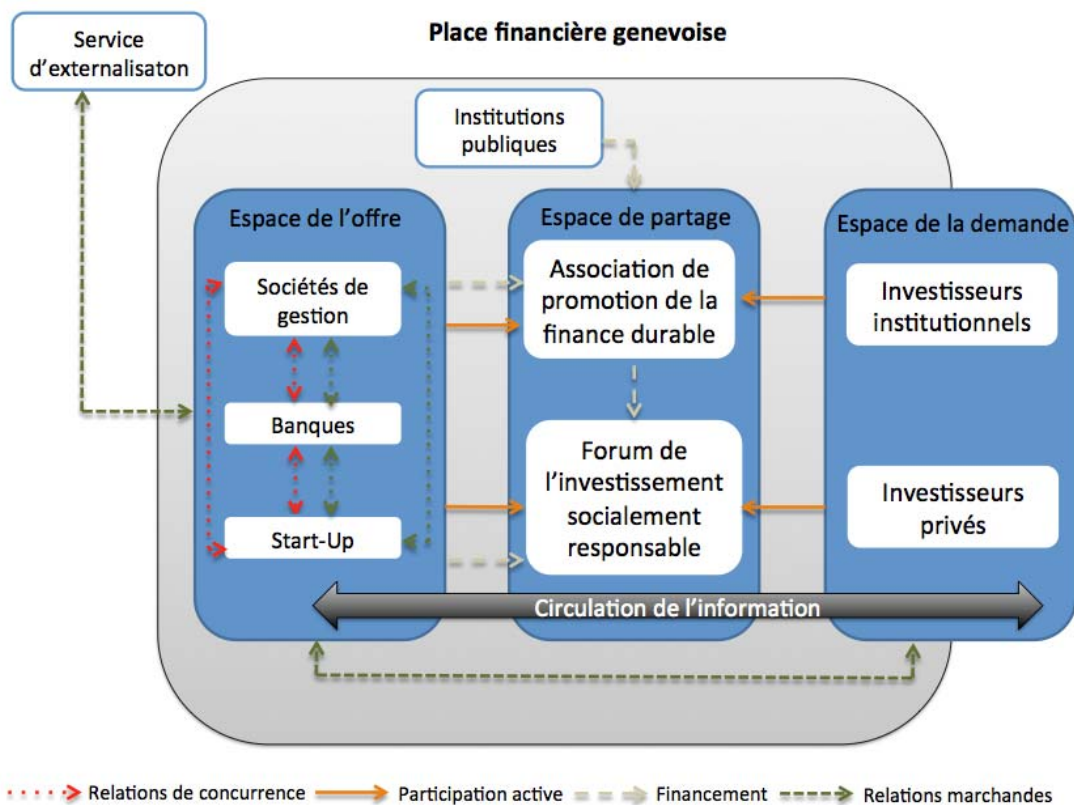
L'*espace de l'offre* est constitué de l'ensemble des professionnels financiers qui créent les produits et les services financiers durables. Parmi eux, nous retrouvons les grandes banques, la banque cantonale, les banques privées, les sociétés de gestion et les start-ups. L'ensemble de ces entreprises évolue dans un contexte concurrentiel où les relations marchandes entre elles ne sont pas fréquentes, bien que possibles⁶.

Le contrôle de quasiment toutes les étapes de production de l'innovation durable est largement rendu possible grâce au développement du savoir-faire local. Les entreprises bénéficient de la forte concentration des compétences ancrées à Genève en matière de gestion de fortune privée. Ces compétences se retrouvent à l'interne pour les banques et les sociétés de gestion en activité depuis un certain nombre d'années. Le cas des start-up est sensiblement différent. Dans

⁶ Nous citerons deux exemples. Le premier concerne la collaboration entre Ethos, entreprise essentiellement active dans l'exercice du droit de vote de ses clients (*activisme actionnarial*) et le dialogue avec les entreprises (*Engagement*) et la banque privée Pictet, active dans la gestion d'investissements responsables. Ethos propose des fonds d'investissement socialement responsable dont la gestion est sous-traitée par Pictet. Le second exemple, plus récent, est celui des start-ups Quadia et Impact Finance qui ont toutes les deux collaboré pour lancer un fonds durable commun non coté en bourse (*Investissement durable direct*).

l'ensemble des start-ups que nous avons étudiées, le directeur avait toujours travaillé pendant plusieurs années au sein d'autres entreprises financières genevoises, parfois même déjà spécialisées en finance durable, avant de se mettre à son propre compte. Conformément aux travaux de Wenting sur l'industrie de la mode (2008), cette situation démontre l'importance pour les acteurs financiers d'acquérir des compétences financières dans des grandes banques ou des banques privées renommées avant de développer des produits et services financiers durables dans leurs propres entreprises.

FIGURE 4 : RELATIONS AU SEIN DU MILIEU DE LA FINANCE DURABLE.



Source : Elaboration propre.

Si les compétences d'analyse financière sont mobilisées localement, ce n'est pas toujours le cas pour les compétences d'analyse extra financière. L'accès à l'information extra financière est un

enjeu primordial dans la mesure où la qualité de la durabilité dépend de cette information. Dans certains cas, cette information est obtenue également en interne grâce au travail des analystes extra financiers. Plus souvent, elle est achetée auprès d'agences de notation et d'analyse extra financière situées dans d'autres régions.

Selon Julien et Marchesnay (2011), l'échange d'informations et de prestations entre différents producteurs dépend du capital social constitué par les acteurs du réseau de l'innovation. Ce capital social est constitué au sein de l'*espace de partage*. Il comprend un fort réseau articulé autour d'une association, Sustainable Finance Geneva, qui regroupe en son sein la plupart des professionnels de la finance durable à Genève. Financé à la fois par l'Etat de Genève ainsi que par les cotisations de ses membres, cette association, fondée en 2008, met sur place, de façon très régulière, des ateliers de travail où chaque membre est invité, s'il le désire, à présenter ses nouvelles idées pour le développement de la finance durable à Genève. L'adhésion est entièrement libre. Chaque individu faisant part d'un intérêt pour les questions abordées par l'association a la possibilité de devenir membre. Ces derniers s'inscrivent à titre individuel et s'engagent officiellement à ne pas représenter les intérêts de leurs entreprises dans le cas où ils travailleraient notamment dans l'industrie financière. Cet engagement n'empêche évidemment pas le fait qu'en pratique les produits et services des acteurs de l'offre de finance durable sont présentés et discutés durant les rencontres de l'association.

Bien plus qu'un espace d'échange d'idées sur la finance durable, ces rencontres dans un cadre associatif permettent également de structurer les relations professionnelles entre les différents acteurs. Par exemple, nous avons pu observer lors de notre enquête de terrain que certains acteurs, pourtant en situation de concurrence, n'hésitent pas à s'échanger des informations professionnelles ou à se demander mutuellement conseil.

Sustainable Finance Geneva est également responsable de la création d'un forum annuel sur la finance durable. Ce lieu de présentation et de promotion professionnelle sert d'espace privilégié pour la mise en relation avec la clientèle potentielle des produits et services durables. C'est également par le biais de ce forum que la place financière genevoise peut acquérir une meilleure visibilité locale, nationale et internationale. Il convient de souligner que la principale cible des acteurs de l'offre reste les caisses de pensions – et surtout les caisses de pensions locales. La mise en place d'une plate-forme telle que ce forum est un signe évident de vouloir informer les clients potentiels.

Finalement, *l'espace de la demande* correspond à la clientèle ciblée par la finance durable. Les professionnels financiers ciblent essentiellement deux types de clientèle : les clients privés disposant d'un important patrimoine économique (*High Net Worth Individuals*) et les caisses de pension. D'après les estimations d'Eurosif (2011), les HNWI sont une catégorie de clients qui vont être amenés à croître fortement ces prochaines années. Genève étant une place financière réputée pour sa gestion de fortune privée, il n'est pas étonnant de constater que de nombreuses banques privées proposent des produits durables – Pictet, Lombard Odier, de Pury Pictet Turrettini & Cie, Mirabaud. Cette clientèle, établie depuis de longues années est généralement fidèle à leur gestionnaire de fortune. La captation des capitaux étrangers de plus en plus mobiles est un des enjeux essentiels de tous les milieux financiers.

2.3 LA CONVENTION DE DURABILITÉ DANS LA FINANCE

Le discours sous-jacent dans les pratiques liées à la finance durable postule le caractère non durable du système économique et financier actuel. Sur le plan environnemental, ce système entraînerait à la fois une impasse énergétique et des répercussions climatiques irrémédiables, alors que sur le plan social, il ne contribuerait pas au bien-être général sur le long terme. A l'instar du discours sur le commerce équitable qui responsabilise et politise le consommateur (Micheletti, 2003), le discours intrinsèque à la finance durable place l'investisseur en situation de pouvoir changer le destin du monde. En proposant des investissements prenant en compte les enjeux du développement durable, le milieu de la finance durable fournit une réponse, sous forme marchande, aux critiques formulées à l'égard du champ financier. Cette nouvelle gamme d'investissements et de services fait apparaître le financier et l'investisseur sous un autre rôle. Alors que traditionnellement ces derniers étaient essentiellement connus pour s'assurer uniquement de leur propre rentabilité financière, ils se montrent désormais à la fois les acteurs permettant au capitalisme financier de perdurer grâce à l'innovation financière, mais également comme agents sociaux responsables du bon devenir de la planète.

L'offre proposée par la finance durable provient d'une volonté managériale de positionner une entreprise financière comme fournisseur de solutions en adéquation avec le discours sur le développement durable. Par rapport à une offre d'investissements financiers traditionnels, la gestion financière socialement responsable ne se focalise plus uniquement dans la maximisation

du profit économique, mais également dans la recherche d'une performance sociale et d'une performance environnementale. Ce faisant, les acteurs financiers postulent la possibilité de construire de la « performance sociale et environnementale » (Penalva Ischer, 2009). Cette gestion nécessite la création d'un dispositif de contrôle permettant aux financiers de mesurer la qualité de ce qui est perçu comme « socialement responsable ». L'objectif de cette forme de gestion est ainsi multiple : il s'agit d'assurer une rentabilité financière tout en fournissant aux investisseurs des données quantitatives et qualitatives sur les activités extra financières des entreprises dans lesquelles ils investissent. Les banques et les sociétés actives dans ce type de gestion développent des compétences internes en matière d'analyse extra financière pour répondre à ce nouveau besoin managérial. Ceci donne naissance à une nouvelle activité professionnelle: l'analyse extra financière. Cette dernière peut être effectuée par un analyste financier ou par des personnes sans qualifications en ingénierie financière. Dans les deux cas, l'analyse nécessite la mobilisation de nouvelles compétences et de nouvelles connaissances.

Il existe deux catégories d'investisseurs socialement responsables : les investisseurs privés et les investisseurs institutionnels. Aussi bien pour les premiers que pour les seconds, ce type d'investissement répond, le plus souvent, à un besoin de cohérence entre la recherche de rentabilité et la volonté de ne pas produire des actions nuisibles à la société et à l'environnement. De par la nature des investissements proposés par le milieu de la finance durable, la recherche de rentabilité n'est jamais éludée par les investisseurs. Elle est même un critère fondamental dans la communication mise en place par les banques et les sociétés de gestion. Ainsi, il est important de montrer aux clients que ce type d'investissements est tout aussi, sinon plus, rentable que les investissements traditionnels. En revanche, ces derniers ne nécessitent pas de suivi particulier autre que celui des cours boursiers. Dans le cas de la finance durable, les investisseurs socialement responsables cherchent à obtenir un contrôle régulier de la performance extra financière de l'entreprise. Pour cela, un dispositif incluant une série d'indicateurs est mis en place par les financiers afin de s'assurer que leurs clients soient informés de l'évolution de la situation sociale et environnementale des entreprises. La mise en place de ce dispositif peut se faire, dans certains cas comme chez la Banque Sarasin, avec la collaboration de l'investisseur.

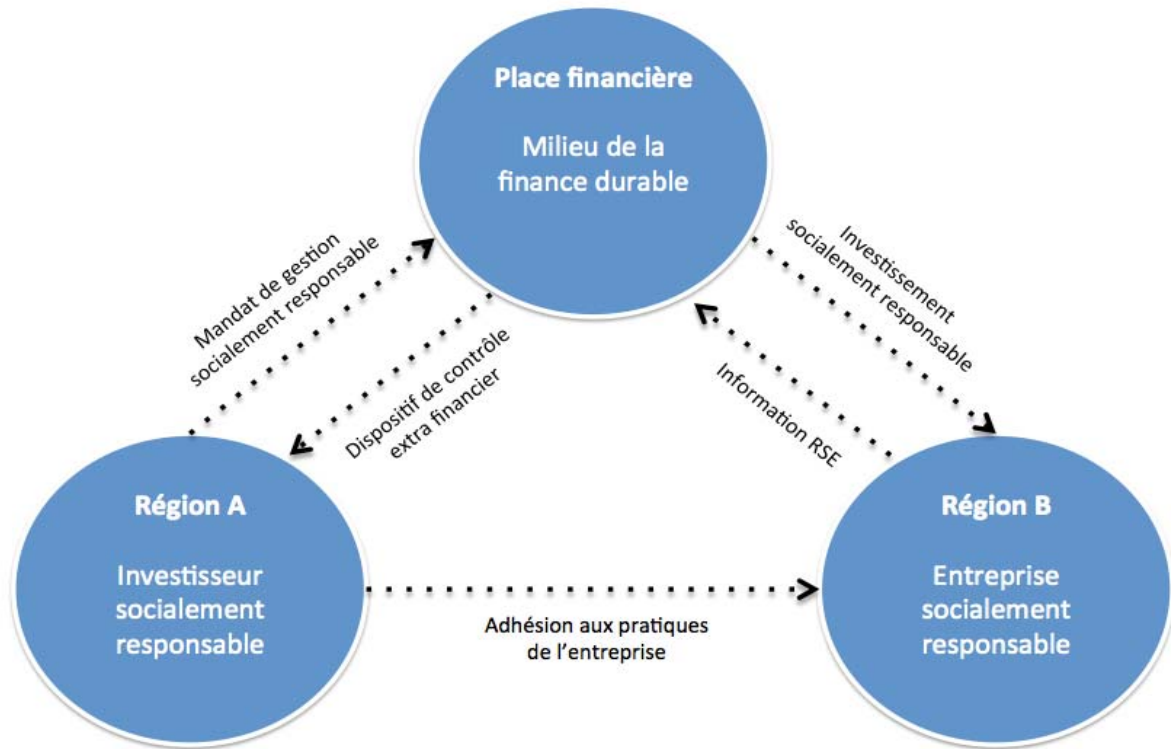
La prise en considération de la sensibilité de l'investisseur est constitutive du dispositif mis en place par les banques et les sociétés de gestion pour légitimer la qualité du « socialement responsable ». Cette construction de la légitimité passe par une information transparente sur des aspects sociaux et environnementaux. Certaines banques comme de Pury Pictet proposent même

d'entamer un dialogue régulier avec les entreprises dans lesquelles elles investissent afin de rendre compte aux investisseurs de la situation objective et des progrès en matière de durabilité. L'évaluation de la durabilité d'une entreprise précède généralement l'analyse financière.

La création de ces investissements se fait en réseau fermé pour l'essentiel. C'est-à-dire que les banques et les sociétés de gestion développent leurs produits au sein de leurs structures internes avec très peu d'acteurs intermédiaires. Ces derniers sont limités aux sociétés d'analyse d'informations extra financières qui vendent de façon brute des bases de données sur les entreprises. Ainsi le processus de création des fonds est le résultat d'une activité locale, dans le cas où toutes les activités de l'entreprise sont réunies au même endroit, ou d'une activité multi-site dans le cas où certaines étapes sont spécifiques à un territoire. Pour le premier cas, nous pouvons citer l'exemple de la banque Pictet qui développe ses fonds durables intégralement à Genève. A l'inverse, une banque comme Sarasin n'effectuera que la vente et une partie de la gestion à Genève. En revanche, toute l'analyse extra financière sera effectuée au siège social de l'entreprise à Bâle. Si le processus de création ne fait pas intervenir beaucoup de régions différentes, la gestion en revanche est totalement multi-locale. Ainsi, un fonds durable vendu à Genève pourra être gérée par des gestionnaires de fortunes basés dans d'autres places financières comme Paris ou Londres. Les compétences mobilisées sont donc fortement ancrées dans différents milieux financiers étroitement connectés à moyenne et longue distance et plus ou moins complémentaires, plus ou moins concurrents (Crevoisier et al., 2011).

Le maintien de la convention de durabilité découle directement des relations circulaires qu'entretiennent les trois types d'acteurs principaux de la convention : les investisseurs, les gestionnaires et les entreprises (Figure 5).

FIGURE 5 : ARTICULATIONS DES RELATIONS DE LA CONVENTION DE DURABILITE.



Source : Elaboration propre.

3 COMPARAISON DES DEUX CAS

Ce que nous avons appelé la *convention de durabilité* (Tableau 2) apparaît donc comme un dispositif central des innovations dite durables, dispositif qui redéfinit le rapport entre producteur et consommateur dans le photovoltaïque ou entre intermédiaires financiers et investisseurs.

Tant au sein de l'industrie photovoltaïque que de la finance durable la convention de durabilité se fonde sur la notion de responsabilité. Aussi bien pour les producteurs, les consommateurs ou les investisseurs, leurs actions doivent répondre en termes responsables à leurs propres yeux ainsi qu'à ceux de l'opinion publique. Malgré les particularités sectorielles, le discours est véhiculé par des tiers ou des intermédiaires afin de légitimer la valeur du produit fourni. Dans cette configuration, l'échange marchand traditionnel et la forme que prend le marché ont

considérablement évolué. L'échange entre producteur et consommateur est davantage basé sur la communication, les interactions sociales et le contrôle social. De même, la valorisation des biens et des services découle moins des caractéristiques physiques ou fonctionnelles des produits et des services, mais davantage de l'adéquation avec la projection vers le futur qu'est l'aspiration au développement durable.

TABLEAU 2 : SYNTHÈSE DE LA CONVENTION DE DURABILITÉ DE L'INDUSTRIE PHOTOVOLTAÏQUE ET FINANCIÈRE.

Conventions de qualité au sein de la communauté de production-consommation	Convention de durabilité d'industrie photovoltaïque	Convention de durabilité financière
Base de la convention	Responsable ou non-responsable	
Nature de l'offreur	Entrepreneur / Gestion financière responsables	
Nature du demandeur	Utilisateur / Investisseur responsables	
Légitimité de la qualité	Test technique vécu en direct et efficacité du couplage entre discours et dispositif technique soumis à la critique	Efficacité du couplage entre discours et dispositif technique démontrant la performance extra financière
Echange marchand	Sponsoring, produit et discours	Commission et rendement traditionnels
Moment de l'évaluation de la qualité par le demandeur final	Durant le test industriel ou l'utilisation à travers un contrôle social continu	Processus continu, au moment de l'investissement et tout au long de la gestion
Elément central de l'innovation	Expérience, recherche et démonstration de technologie attestant le discours	Recherche de contrôle sur la dimension extra financière des entreprises
Lien au marché	Audimat, diffusion et distribution / participation	
Type de relation territoriale	Multi-site et médiatique	
Enjeux des intermédiaires, du marketing et de la communication	Co-construction du discours médiatisé d'engagement en faveur de la durabilité	Construction des notions de durabilité et de responsabilité, intermédiaires comme fournisseurs de type industriel

Source : Elaboration propre à partir de Jeannerat (2009).

Au-delà de ce point commun et déterminant, un certain nombre de spécificité départagent les cas du photovoltaïque et de la finance durable.

Premièrement, les contextes dans lesquels l'industrie photovoltaïque en Suisse occidentale et la filière durable de la finance genevoise se développent sont très différents. L'industrie photovoltaïque romande représente l'émergence d'un nouveau secteur, caractérisé essentiellement par la création de nouvelles entreprises dans la région et par la volonté de plusieurs entrepreneurs de trouver des solutions aux questions environnementales. En revanche, la finance durable genevoise est un sous-secteur qui se développe – quelque fois en accord, d'autre fois en désaccord – au sein d'une industrie bien établie.

En deuxième lieu, la communication vers le grand public est établie de manière différente dans les deux cas. L'industrie photovoltaïque vise une large légitimité, obtenue auprès du grand public et des collectivités publiques. Les actions concrètes en matière d'économies d'énergies et de sauvegarde de l'environnement servent de fondement à la l'image responsable des entreprises. Au contraire, la finance durable recherche l'adhésion dans un milieu plus spécifique, dans le but d'attirer les investisseurs intéressés aux fonds durables. Ces innovations fournissent en plus un produit d'accompagnement des véhicules financiers traditionnels : ils représentent un possible modèle de transition vers un éventuel capitalisme financier durable. La communication dans le monde financier durable diffère selon les investisseurs. Les investisseurs institutionnels cherchent à montrer leur engagement responsable à leurs assurés. Quant aux investisseurs privés, c'est probablement pour améliorer leur propre image d'eux-mêmes, ou pour se préserver d'éventuelles critiques publiques qu'ils souscrivent à ces produits.

4 CONCLUSION

La recherche ASSLIInn (Kébir et al., 2011) explore l'idée que les innovations dites durables sont associées à des formes d'ancrage local des activités qui ne sont plus les mêmes que celles qui ont été décrites dans les années 90 (les Modèles territoriaux d'innovation, et plus particulièrement les milieux innovateurs). Quels sont les enseignements qui peuvent être retirés par les deux études de cas?

Concernant les ressources, les innovations observées mobilisent certes des ressources traditionnelles, comme les connaissances issues des instituts de recherche. Au-delà, elles font intensément recours à des ressources de nature culturelle, symbolique, d'une part, en misant sur le « buzz » médiatique – dans le cas du photovoltaïque – et surtout en jouant intensément avec les valeurs d'engagement et de responsabilité qui caractérise les innovations durables. C'est sur ces composantes que se fonde la valeur non seulement sociale, mais aussi économique, de ces innovations. La capacité à gérer ces dimensions symbolique apparaît donc comme centrale dans les innovations durables, tant en positif – lorsque l'on peut fonder la valeur sur la reconnaissance de la responsabilité – qu'en négatif, lorsque ces innovations sont critiquées. Remarquons encore que ces ressources culturelles renvoient moins au passé, à une tradition, qu'à une aspiration vers un futur plus vert et plus équitable pour la planète.

La valorisation de ces innovations – dans le sens du processus social qui conduit à donner une valeur positive ou négative, voir un prix, à ces innovations - est complexe et se réalise dans différentes sphères, par différents acteurs : le marché des biens et services ; la notoriété publique; le pouvoir de peser sur la définition des politiques publiques ou sur les décisions de certaines entreprises.

Ces innovations mobilisent également des parties prenantes plus nombreuses que dans les milieux traditionnels. Les grands médias, les usagers, les citoyens (dans le cas du photovoltaïque), les ONG, les caisses de pension, la presse spécialisée, les organisations internationales (dans le cas de la finance durable) viennent s'ajouter aux entreprises et aux institutions de formation et de recherche. De fait, tous les acteurs susceptibles d'exercer un contrôle social ou qui ont un pouvoir de légitimation deviennent importants.

Les deux milieux observés sont également intégrés à des chaînes de valeur à longue distance. Le modèle traditionnel – on innove et on produit localement pour vendre sur un marché global – est

remplacé par l'insertion d'activités locales de production et de consommation étroitement liées à des interactions à moyenne et longue distance. Au cours de l'année écoulée, la montée en puissance de l'industrie photovoltaïque chinoise a conduit à l'établissement d'une division du travail à une échelle intercontinentale. Elle a fait voler en éclat la vision de clusters régionaux ou nationaux qui se développeraient sur la base d'un marché local caractérisé par des normes environnementales et sociales plus strictes. A l'inverse, dans la finance durable, ce sont bien les consommateurs locaux (les caisses de pension régionales et nationales) qui alimentent ces innovations. Les flux financiers, les informations et les activités des ONG se déploient dans l'espace globalisé.

Enfin, l'action publique, dans le cas du photovoltaïque, porte sur de très nombreuses dimensions : encouragement de la recherche technologique, aide à la constitution d'associations regroupant tous les acteurs intéressés, normes concernant l'aménagement du territoire, projets de démonstration, légitimation à travers des concours et des prix, etc. Dans le cas de la finance, les acteurs privés cherchent plutôt à se démarquer des acteurs étatiques. Il n'en demeure pas moins que la demande des caisses de pension publiques est un des principaux moteurs des innovations dans ce domaine.

5 BIBLIOGRAPHIE

- ASSOCIATION SUISSE DES BANQUIERS (ASB) (2011) La gestion de fortune en Suisse, ASB, Bâle.
- BATIFULIER P. et DE LARQUIER G. (2001) De la convention et ses usages, Théorie des conventions, Paris, Economica, 9-31.
- BEAUD S. (1996) L'usage de l'entretien en sciences sociales, Plaidoyer pour l'entretien ethnographique, *Politix* 35, 226-57.
- CALLON M., MEADEL C. and RABEHARISOA V. (2002) The economy of qualities, *Economy and Society* 31(2), 194-217.
- COE N.-M., HESS M., YEUNG H., DICKEN P. and HENDERSON J. (2004) 'Globalizing' regional development: a global production networks perspective, *Transactions of the Institute of British Geographers* 29(4), 468-84.
- CORPATAUX J. et CREVOISIER O. (2005) Increased capital mobility/liquidity and its repercussions at regional level: some lessons from the experience of Switzerland and UK, *European and Urban Regional Studies* 4(12), 315-34.
- CREVOISIER O. (2010) La pertinence de l'approche territoriale, *Revue d'économie régionale et urbaine* 5, 969-85.
- CREVOISIER O., THEURILLAT T. et ARAUJO P. (2011) Les territoires de l'industrie financière : quelles suites à la crise de 2008-2009 ?, *Revue d'économie industrielle* 134(2), 133-58.
- DEPARTEMENT FEDERAL DES FINANCES (2011) Place financière suisse. Chiffres-clés, Berne : septembre 2011.
- DIAZ PEDREGAL V. (2007) Le commerce équitable dans la France contemporaine. Idéologies et pratiques, Paris : L'Harmattan.
- DJELLAL F. et GALLOUJ F. (2009) Innovation dans les services et entrepreneuriat: au-delà des conceptions industrialistes et technologistes du développement durable, *Innovations* 1(29), 59-86.
- DUJARIER M.-A. (2008) Le travail du consommateur. De McDo à eBay : comment nous coproduisons ce que nous achetons, Paris : La Découverte.
- EUROSIF (2011) European SRI Study 2010, Paris : Eurosif.
- EYMARD-DUVERNAY F., FAVEREAU O., ORLEAN A., SALAIS R. ET THEVENOT L. (2006) Valeurs, coordination et rationalité: trois thèmes mis en relation par l'économie des conventions, in EYMARD-DUVERNAY F. (Eds) L'économie des conventions : méthodes et résultats, Paris : La Découverte, 23-44.
- GABRIEL P. et GABRIEL P. (2004/5) Diffusion du développement durable dans le monde des affaires: un schéma conventionnel, *Revue française de Gestion* 152, 199-213.
- GENDRON C., LAPOINTE A., CHAMPION E., BELEM G. et TURCOTTE, M-F. (2006) Le consumérisme politique : une innovation réglementaire à l'ère de la mondialisation. *Revue Interventions économiques* [En ligne], 33, mis en ligne le 01 avril 2006, consulté le 6 décembre 2011. URL : <http://interventionseconomiques.revues.org/790>

- GUEx S. (2002) Le secret bancaire suisse : une perspective historique. *Revue économique et sociale : bulletin de la Société d'Etudes Economiques et Sociales* 60, 9-19.
- INGHAM M. (2011) Vers l'innovation responsable. Pour une vraie responsabilité sociale, Bruxelles : De Boeck.
- JEANNERAT H. (2009) Communautés de production-consommation et convention d'authenticité: peut-on encore parler d'utilisateur horloger?, in ZORICK K. et COURVOISIER F. (éd.), *L'utilisateur horloger dans un monde en mutation*, Neuchâtel: Haute-école de Gestion ARC, 13-42.
- JULIEN P-A. et MARCHESNAY M. (2011) *L'Entrepreneuriat*, Paris : Economica.
- KEBIR L., COSTA P., CREVOISIER O. et PEYRACHE GAUDEAU V. (2011) *Description du Projet : « Ancrage, durabilité, localisation de l'innovation : vers des nouvelles formes territoriales des activités ?*
- LAZZERI Y. éd. (2008) *Développement durable, entreprises et territoires : vers un renouveau des pratiques et des outils*, Paris : L'Harmattan.
- MACH A., DAVID T. et BUHLMANN F. (2012) La fragilité des liens nationaux. La reconfiguration de l'élite du pouvoir en Suisse, 1980-2010, *Actes de la recherche en sciences sociales* 190, 79-107.
- MAILLAT D. (2006) Comportements spatiaux et milieux novateurs, in CAMAGNI R. et D. MAILLAT (éd.), *Milieus innovateurs : théories et politiques*, Paris : Economica.
- MAILLAT D., CREVOISIER O. et LECOQ B. (2006) Réseau d'innovation et dynamique territoriale, un essai de typologie, in CAMAGNI R. et D. MAILLAT (éd.), *Milieus innovateurs : théories et politiques*, Paris : Economica.
- MAZBOURI M. (2005) L'émergence de la place financière helvétique (1890-1913). Itinéraire d'un grand banquier, Lausanne : Antipodes.
- MOULAERT F. et SEKIA F. (2003) Territorial Innovation Models: A Critical Survey, *Regional Studies* 37(3), 289-302.
- NELSON R.-R. and WINTER S.-G. (1982) *An evolutionary theory of economic change*, Cambridge: Harvard University Press.
- ONVALUES (2011) *Sustainable Investments in Switzerland*, Zürich : OnValues.
- PACKARD V. (1960) *The waste makers*, New York: David McKay Company.
- PENALVA ICHER E. (2009) Construire une qualité pour le « socialement responsable » ?, *Revue française de Socio-économie* 4, 59-81.
- REMILLARD D. et WOLF D. (2009) Le développement durable. L'émergence d'une nouvelle convention ?, *Revue française de gestion* 194, 29-43.
- RITZER G. and JURGENSON N. (2010) Production, Consumption, Prosumption. *Journal of Consumer Culture* 10(1), 13-36.
- SALAI R. and STORPER M. (1993) *Les mondes de production: Enquête sur l'identité économique de la France*, Paris : EHESS.
- SUSTAINABLE FINANCE GENEVA (2009), Présentation, consulté le 24 novembre 2011, URL : http://www.sfgeneva.org/doc/SFG_OVERVIEW_FR.pdf

- TREMBLAY S. (2011) Développement durable et communication: vers un espace ouvert fondé sur la participation citoyenne, l'éthique du dialogue et l'interinfluence, *Télescope* 17(2), 239-55.
- WENTING R. (2008) Spinoff dynamics and the spatial formation of the fashion design industry, 1858-2005, *Journal of Economic Geography* 8, 593-614.