

Un bon produit est-il toujours un produit bon ?

QU'EN DIT-ON ?

“ Le bon produit, c'est le produit qui me convient. ”

“ Le bon produit, c'est le produit qui se vend bien. ”

“ Le bon produit ? C'est facile, c'est le produit bio, labellisé ou traçable. ”

Typiquement, dans cette situation, on a un produit qui est fondamentalement bon mais dont l'usage détourné est intrinsèquement mauvais...



L'ÉDITO

On produit, on consomme sans jamais vraiment s'interroger sur ce qu'est un « bon produit ». Il est important de se poser cette question d'autant que foisonnent labels bio et qualité, qui s'imposent comme une garantie. Mais à quelles conditions peut-on dire d'un produit qu'il est effectivement bon ? La bonté d'un produit se limite-t-elle à sa qualité, aux conditions de sa fabrication ? N'y a-t-il pas aussi une question de finalité ?

LE CONSEIL SCIENTIFIQUE

Le bon produit : quels secrets de

DU BON PRODUIT AU PRODUIT BON

Un bon produit, objet ou service, chacun dira d'emblée que c'est un produit de bonne qualité. Mais est-ce uniquement cela ? On pourrait y ajouter, pour certains, la notion de rapport qualité/prix. Un bon produit serait ainsi celui qui réalise le meilleur équilibre entre bonne qualité et bon prix. Se pose alors la question de savoir ce qu'est la bonne qualité et le bon prix, appelé souvent « le juste prix ».

Mais est-ce suffisant ? Un produit d'excellente qualité, vendu à un bon prix, mais conçu dans des conditions inhumaines, est-il vraiment un bon produit ? Oui selon la première définition spontanée, non selon d'autres critères. Pour y voir clair, et avant même de se poser la question de la qualité d'un produit, faut-il encore se demander ce qu'est un produit, sans quoi il est bien difficile de savoir si celui-ci est bon ou mauvais.

QU'EST-CE QU'UN PRODUIT ?

Un produit est en fait un résultat. Il s'agit fondamentalement de quelque chose qui a été produit. Cette évidence est pleine de conséquences. Le produit résulte d'un travail de transformation à partir de la matière première, ou de la mise en valeur de celle-ci. Ce qui veut dire que le produit utilise la création, bien universel et partagé. Si le produit est le fruit d'une transformation, d'une action de l'homme, il est donc aussi le résultat d'un acte de l'être humain et à ce titre il peut être moralement qualifiable, car n'importe quel acte peut être bon ou mauvais. « Bon » ou « mauvais » qualifient trois niveaux très différents : le produit lui-même, vu objectivement ; l'acte par lequel il est produit ; et l'appréhension de l'utilisateur. La morale est toujours relative à la finalité, en ce sens qu'elle est le chemin qui permet de parvenir au but fixé, considéré comme bon. Sera bon ce qui conduit à la fin, sera mauvais ce qui en éloigne.

DE L'UTILITÉ DU PRODUIT

Un produit est donc un objet ou un service qui a un but. Le produit n'est en fait qu'un moyen pour autre chose. Un tracteur n'est pas une fin en soi, il a pour but un autre travail de l'homme. De même le pain n'est pas une fin en

lui-même, il a pour but la vie de l'homme. Un produit, fruit d'un travail de l'homme, a donc pour but un usage de l'homme. Ceci répond à la question : pourquoi produire ? En premier ressort, on ne produit pas pour gagner de l'argent. On produit en vue de satisfaire un besoin nécessaire à l'homme : nourriture, outil, agrément. L'argent donné en échange n'est que la contrepartie du service rendu.

Se pose donc la question de l'utilité du produit, entendue au sens de ce qui est bon pour l'homme. Il y a trois degrés dans l'usage des choses : ce qui relève de l'utile et nécessaire (besoins vitaux du corps, de l'âme et de l'esprit) ; ce qui est utile et non nécessaire (variante améliorée du premier degré : par exemple, manger est utile et nécessaire, mais manger gastronomique est une variante utile - elle nourrit - mais non nécessaire) ;

enfin restent les choses inutiles et non nécessaires qui se répartissent entre celles qui relèvent de la gratuité et celles qui sont nocives. La première catégorie relève du besoin, la seconde du plaisir juste et bon associé au besoin, la troisième ouvre à la gratuité ou au vice. On peut transformer un plaisir juste en vice quand on le recherche pour lui-même. C'est le cas de la gourmandise qui n'est pas se nourrir de façon agréable, mais se complaire avec excès dans le plaisir. Le plaisir en soi n'est pas mauvais. Au contraire, il permet de rendre agréable la nécessité de manger. Mais recherché comme une fin en soi, il peut devenir tyrannique.

Le produit est-il véritablement utile et nécessaire et fait-il du bien à l'homme, et plus largement à la société ? Qu'est-ce qui est bon pour l'homme ? Question fondamentale d'où tout découle et qui nous permet d'envisager ce qu'on entend par bon ou mauvais produit.

BON EN SOI, BON POUR SOI

Une chose, comme le sucre, peut être bonne en soi, bon pour la santé, mais peut s'avérer mauvaise pour moi, si mon taux de diabète est mal régulé. Cela ne disqualifie pas le sucre et ne le rend pas mauvais, mais c'est son usage qui peut être bon ou mauvais. De la même manière, un marteau n'est pas un mauvais produit, mais s'il est pris pour commettre un meurtre, son usage est alors mauvais. La véritable question de la bonté d'un produit réside pour

fabrication, quel mode d'emploi ?

une part importante dans l'adéquation entre le produit et le besoin du consommateur. Mais le principal est de distinguer si ce produit est effectivement bon pour lui, même s'il semble en avoir besoin : la drogue répond à un besoin, mais n'est pas bonne pour le consommateur. Finalement, l'étalon de mesure de la bonté d'un produit n'est pas sa qualité, mais l'homme lui-même. Ainsi, pour savoir si un produit est bon, il faut savoir ce qui est bon pour l'homme. Non ses besoins compensatoires comme la drogue ou la pornographie, mais ceux qui vraiment le rendront libre et accompli. Le bien de l'homme, qui doit qualifier toute l'éthique, est donc l'étalon de mesure en tant que l'homme est le destinataire du produit. Seule cette considération du bien de l'homme permet de passer du bon produit au produit bon.

LE BON PRODUIT : UNE CHAÎNE DE RESPONSABILITÉS

Mais le destinataire n'est pas le seul élément de la chaîne : le produit est à la fois une transformation et une relation de producteur à client. Entrent donc en ligne de compte la dimension humaine de la relation et la dignité humaine du producteur, comme celle du consommateur. La relation signifie d'abord que nous sommes dans une chaîne de production/consommation et que le travail du premier producteur a des effets jusqu'au dernier maillon consommateur de la chaîne. Sa responsabilité porte jusque-là. Par responsabilité, il faut entendre certes la qualité, la traçabilité et l'utilité du produit, mais aussi celles de l'échange lui-même. Mensonges, falsifications, publicité fallacieuse, non-respect du juste prix et relation faussée au marché (comme la spéculation), qualifient aussi le produit comme bon ou mauvais. Le recours à la main-d'œuvre elle-même entre en ligne de compte. Un produit fabriqué hors du respect de la dignité humaine ne peut être considéré comme bon, puisqu'il suppose le malheur des autres. Il y a donc une « vie » du produit qui part d'un besoin de l'utilisateur et non du producteur. Besoin pris en compte par un concepteur puis une équipe de réalisation et enfin de commercialisation. Un produit est donc l'œuvre d'une multitude de personnes au travail, de la combinaison de

Le processus de production se fonde sur 7 respects fondamentaux irréductibles à des standards de labellisation.

divers matériaux et savoirs, mais aussi de l'adéquation au besoin de toute une société. Celle d'aujourd'hui, mais aussi celle de demain, tant par le respect de l'environnement que par l'innovation qui suppose non d'inventer le futur, mais d'anticiper sur l'amélioration de cette adéquation.

Il est cependant évident qu'un produit dépend de la conjoncture et que sa bonté peut être également relative. En temps de guerre et de restrictions, un produit de mauvaise qualité peut cependant s'avérer le meilleur possible et être en ce cas « bon », même s'il n'est pas absolument bon. C'est une chose de tricher sur la qualité, c'en est une autre de faire avec ce que l'on a dans la transparence.

SECRETS DE FABRICATION ET MODE D'EMPLOI : 7 RESPECTS FONDAMENTAUX

Un produit est donc bon à deux conditions. La première qui est nécessaire et qui porte sur la qualité de la confection du produit. Mais cette condition n'est pas suffisante et en appelle une deuxième qui porte sur l'utilité du produit et donc l'intentionnalité de la production. C'est ainsi que l'on peut envisager un processus de production en vue d'un bon produit qui implique la mise en œuvre de 7 respects fondamentaux : respect de l'écologie et des matières premières ; respect de la qualité du produit ; respect des producteurs ; respect du consommateur ; respect des échanges et du juste prix ; respect de la société (bien commun, moralité, paix sociale, environnement) ; respect de la personne humaine étalon et mesure de la bonté du produit. A cette lecture, on comprend qu'ils ne sont pas des critères codifiables par une grille d'évaluation aux cases à cocher. Ils sont une attitude générale de bienveillance qui respecte le bien, la justice, la vérité, *in fine* la dignité même de tout être humain. Cette méthode ou vision permet d'envisager un bon produit et non seulement un produit labellisé éthique. Reste alors la question de l'usage effectif et donc de la consommation éthique. ●

A RETROUVER SUR WWW.PROPERSONA.FR

En bref

QU'EST-CE QU'UN BON PRODUIT ?

A première vue, le bon produit est un produit satisfaisant quant au rapport qualité/prix. Néanmoins ce critère n'est pas suffisant, car un produit pourrait être de bonne qualité tout en étant inutile voire nocif. Pour pouvoir passer du bon produit au produit bon, il est donc requis de prendre comme critère central le bien de la personne humaine, dans son environnement, sans oublier la dimension morale de tout le processus de production. Ce processus de production se fonde sur 7 respects fondamentaux, lesquels sont irréductibles à des standards de labellisation.

A RETROUVER SUR WWW.PROPERSONA.FR

La citation

Il n'est plus possible de passer sous silence qu'il existe de nos jours une tendance à déshumaniser tous les échanges de « biens », en les réduisant à de simples échanges de « choses ». (...) L'enjeu de la transmission des biens entre des personnes n'est pas seulement d'ordre matériel, car les biens matériels sont souvent le véhicule de biens immatériels, dont la présence ou l'absence effective détermine de manière décisive la qualité même des rapports économiques (par exemple, la confiance, l'équité, la coopération). »

« OECONOMICA ET PECUNIARIAE QUAESTIONES », N° 9, 2018.

Pour aller plus loin

CYRIL BRUN,

Connais-toi toi-même, les fondements de l'anthropologie chrétienne, 2017.

JEAN-PAUL II,

Centesimus annus, 1991.

Compendium de la Doctrine Sociale de l'Église, 2005.

