

# LES LABELS EUROPEENS

Alexia PINAZO, Guillaume MORICE.

IDRAC SOPHIA ANTIPOLIS MGE3 2009/2010

# **SOMMAIRE**

## **I. Les Labels Européens**

- A. Définition des Labels
- B. Les différents Labels Européens
- C. Quelle valeur ajoutée et limite

## **II. Les Labels Européens et leur mode d'attribution**

- A. Les modes d'Attribution
- B. Garant de Qualité pour le Consommateur
- C. Les possibilités d'Evolution

# I. Les Labels Européens

## A. Définition des labels

### 1. Les labels Français

Les labels officiels français, sont des décisions, par lesquelles une autorité reconnaît qu'une personne, un site, un territoire ou un produit possède un certain nombre de qualités énumérées et définies dans un acte réglementaire ou législatif.

Aujourd'hui, il existe en France deux types de labels officiels : ceux qui sont décernés par l'État et ceux qui sont décernés par des organismes internationaux (ex : européen)

Les labels officiels peuvent être des agréments, des certificats de conformité à des normes ou d'une provenance ou bien des labels de qualité. Ils ont en commun d'être décernés par rapport à une application d'une loi par un ministère ou un service délégué. Les labels officiels se distinguent des marques déposées des qualifications commerciales et des prix décernés par des organismes qui sont privés. Ces derniers se présentent souvent sous une apparence officielle, et sont le plus souvent décernés à des produits et des services qui n'ont pas obtenu les labels et certifications qui eux sont officiels.

### 2. Les labels Européens

Les labels Européens, sont tout comme les labels français des décisions par lesquelles une autorité membre de l'union européenne, reconnaît qu'une personne, un produit ou un site de production et autres, possèdent un certain nombre de qualités énumérées et définies qui répondent à des exigences listées dans un acte législatif ou bien réglementaire.

Les labels Européens sont aujourd'hui assez peu nombreux. Si aujourd'hui tout le monde connaît la norme CE, celle-ci n'est pas un label !

Les labels européens se regroupent en trois pôles principaux qui sont :

- Les produits culturels et monumentaux
- Les produits agricoles et alimentaires

- Les normes et conventions ISO

## B. Les différents Labels Européens

### 1. L'Écolabel

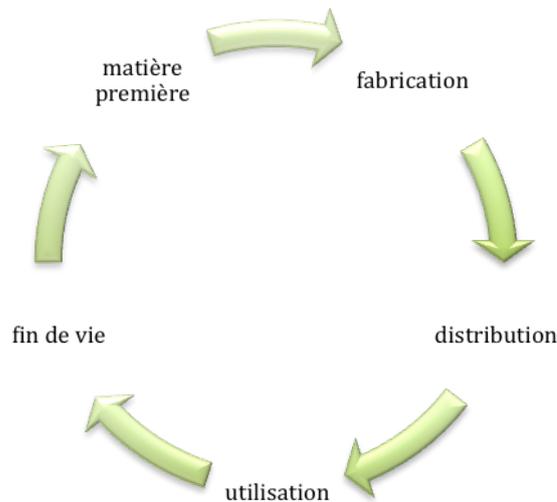


Créé en 1992, l'Écolabel européen est le seul label écologique officiel européen qui est utilisable dans tous les pays membres de l'Union Européenne. Il est délivré par exemple en France, par AFNOR Certification, un organisme certificateur indépendant. C'est une marque volontaire de certification de produits et services.

Le label écologique communautaire européen repose sur le principe d'une « approche globale qui prend en considération le cycle de vie du produit à partir de l'extraction des matières premières, la fabrication, la distribution, et l'utilisation jusqu'à son recyclage ou son élimination après usage ». La qualité et l'usage sont également pris en compte.

L'écolabel a été institué par le règlement de la Communauté Economique Européenne N° 880/92, du Conseil du 23 mars 1992, publié dans le JOCE (journal officiel de la communauté européenne) du 11 avril 1992. Ce règlement a aussi été révisé le 17 juillet 2000 sous le numéro 1980/2000. Il concerne les produits, mais aussi désormais les services.

L'écolabel distingue des produits ou services plus respectueux de l'environnement. Ses critères garantissent donc l'aptitude à l'usage des produits, et une réduction de leurs impacts environnementaux tout au long de leur cycle de vie.



L'écolabel Européen concerne à la fois le produit, et son emballage dans le cas d'une certification de produits.

L'Écolabel européen atteste la conformité des produits et/ou services aux exigences précisées dans des référentiels applicables à chaque catégorie de produits ou services.

Cette marque répond à la fois à la nécessité d'une information qui est fiable sur la qualité écologique des produits ou services, et au souhait des entreprises qui est de valoriser leurs efforts en matière de protection de l'environnement, à travers des produits ou les activités de service labellisés.

L'Écolabel européen s'applique aux produits et/ou services destinés aux consommateurs ou aux utilisateurs professionnels. L'écolabel peut être apposé sur les produits et services qui satisfont aux critères figurant dans les référentiels de certification applicables à chaque catégorie. Cependant, les produits à destination pharmaceutiques sont provisoirement exclus du champ d'application de cette marque, tout comme les produits agroalimentaires et le secteur de l'automobile.

Il existe aujourd'hui cinquante catégories de produits et services écolabellisés, en voici la liste :

- l'Ameublement :

Ameublement

Matelas

- Appareils électriques

Téléviseur

Pompes à chaleur électrique, à gaz, absorption à gaz

Réfrigérateur

Lave linge

Aspirateur

Cafetières électriques domestique

Lave vaisselle

- Le bricolage

Peintures et vernis d'intérieurs et d'extérieurs

Peintures domestiques et les produits connexes

Les colorants universels

Les colles pour les revêtements de sol (moquettes parquet, carrelage etc.)

- La bureautique

Les ordinateurs portables

Les cartouches d'impression pour imprimantes laser

- L'habillement, le linge de lit et les textiles d'intérieurs

- Le jardinage

Milieu de culture

Produits utilisés, engrais désherbant et autres

- La papeterie et le papier

Papier à de copie et les papiers graphie

Les enveloppes et tout ce qui est pochette postale

Les cahiers et fournitures destinées à la scolarité

Les stylos et tout type d'instrument destinés à l'écriture

- Les produits d'entretien

Liquides vaisselle

Détergents pour les laves vaisselles

Les nettoyeurs universels et pour les sanitaires

Les détergents textiles

Les produits de nettoyage grand public

- Les produits d'hygiène

Savon

Shampooing, après shampooing

- Les services

Les campings

Les résidences hôtelières

Services d'hébergement touristiques

Services de rénovation mécanique automobile

- Pour la vie domestique

Ampoules électriques

Papier hygiéniques, papier cuisine et autres produits en papier absorbant domestique

Les filtres à café et à thé

Sacs de magasin en sortie de caisse

Les litières pour chats

Sacs cabas

Sacs poubelles, sacs de collecte et de tri de déchets

## 2. Le Label Bio Européen



L'agriculture biologique est un système de production agricole basé sur le respect du vivant et de leur cycle naturel. Elle gère de façon globale la production en favorisant l'agrosystème mais aussi la biodiversité, les activités biologiques des sols et les cycles naturels biologiques.

Pour atteindre ces objectifs, les agriculteurs biologiques s'interdisent (et excluent par des règlements) l'usage d'engrais, de pesticides de synthèse, ainsi que des OGM (organismes génétiquement modifiés)

Les agriculteurs qui pratiquent ce type d'agriculture préfèrent, par exemple, la rotation des cultures, l'engrais vert, le compostage, la lutte biologique, l'utilisation de produits naturels, et le sarclage mécanique pour maintenir la productivité des sols et le contrôle des maladies et des parasites.

Un Plan d'action européen en matière d'alimentation et d'agriculture biologiques a été élaboré par la Commission européenne en Juin 2004. Son but était alors de définir l'orientation de la politique européenne. Après consultations et débats, ce plan a réuni un consensus de tous les Etats membres de l'Union Européenne pour constituer encore aujourd'hui les bases de la politique européenne pour le bio. Ce plan contient 21 actions concrètes qui sont autant d'objectifs de développement autour de thèmes, comme le marché des produits bio, l'information au consommateur, la signalisation, le soutien des producteurs par le développement rural, et l'harmonisation du standard européen c'est à dire le cahier des charges et des contrôles qui s'y rapprochent.

La réalisation qui a été la plus visible de ce plan fut la proposition de la Commission européenne pour un nouveau règlement de l'agriculture biologique en 2005. Après de longs débats entre les États membres, et avec le Parlement européen, celui-ci rendit son avis le 22 mai 2007 par Marie-Christine Aubert, qui était alors députée européen Vert française. Un des points les plus difficiles des débats concernait les OGM : en effet les OGM sont effectivement strictement interdits dans l'agriculture biologique et le règlement européen ne prévoit pas de seuil spécifique pour le bio. En conséquence, c'est le seuil applicable en agriculture conventionnelle, qui est de

0,9 %, qui reste d'application pour les produits bio. Au-delà de ce seuil, la réglementation générale oblige à mentionner la présence d'OGM sur les étiquettes, provoquant donc le déclassement automatique de produits bio qui contiendrait alors accidentellement des substances d'OGM. Cela signifie donc, qu'en cas de contamination à un taux qui est situé entre le seuil de détection qui est de l'ordre de 0,1% et le taux de 0,9 %, un organisme de contrôle n'est pas dans l'obligation de retirer le certificat bio du produit... Les règlements horizontaux européens parlent de présence « fortuite et techniquement inévitable ». Le règlement bio permet aux agriculteurs biologiques, et aux opérateurs de la filière, de se fonder sur l'étiquetage des produits qu'ils emploient pour prouver leur bonne foi, afin de dégager leur responsabilité lorsqu'il n'y a pas eu de négligence de leur part. Le fait qu'il existe un risque théorique de traces d'OGM dans des produits bios a suscité des polémiques car certains y voit une dérive trop laxiste de la norme européenne.

Le nouveau règlement n° 834/2007 du Conseil Européen, remplace l'ancien depuis le 1er Janvier 2009. Ce règlement reprend toutes les caractéristiques essentielles, précise quels sont les objectifs et les principes de l'agriculture biologique qui jouissent désormais d'une reconnaissance formelle de l'UE tout en établissant les niveaux de compétences en matière de législation biologique. Attribués au Conseil des ministres, les grands principes et les objectifs, les règles détaillées d'application, et aux États membres, les contrôles, ou du moins leur contrôle et supervision, puisque ceux-ci sont en général délégués à des organismes de contrôle privés. La Commission européenne a fixée les règles d'application détaillées par le règlement n° 889/2008 . Le régime particulier de l'importation de produits issus de l'agriculture biologique en provenance des pays tiers fait l'objet d'un règlement spécifique, la Commission devant progressivement établir des listes d'équivalence entre le standard de l'union européenne et celui de pays tiers, ou celui employé par des organismes de contrôle opérant en dehors de l'UE.

### 3. L'Appellation d'Origine Protégée (AOP)



L'Appellation d'origine protégée (ou AOP) est un signe d'identification européen, créé en 1992. Il protège « la dénomination d'un produit dont la production, la transformation et l'élaboration doivent avoir lieu dans une aire géographique déterminée avec un savoir-faire reconnu et constaté ».

Les caractéristiques des produits ainsi protégés sont donc le plus souvent liées au terroir. Le logo de l'AOP européen, rendu obligatoire depuis mai 2009, assure cette identification. Le règlement européen n°510/2006 du 20 mars 2006 vise en priorité à établir un régime communautaire de protection garantissant des conditions de concurrence qui soient égales entre les producteurs de produits portant ces mentions. Cette réglementation européenne devrait garantir la réputation des produits régionaux, adapter les protections nationales existantes pour les rendre conformes aux exigences de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) et informer les consommateurs que les produits portant le logo d'appellation d'origine protégée respectent toutes les conditions de production et d'origine spécifiées dans cette appellation. Cette réglementation, concerne certains produits agricoles et denrées alimentaires pour lesquels il existe un lien entre les caractéristiques du produit ou de la denrée, et son origine géographique : cela peut être des vins, des fromages, des jambons, des saucissons, des d'olives, des bières, des fruits, des légumes et même des pains régionaux etc.

Les aliments tels que le fromage Gorgonzola, le Parmigiano Reggiano, le fromage Asiago, le Camembert Normand et le Champagne peuvent être labellisés en tant que tel que s'ils proviennent uniquement de la région désignée. Par exemple, pour être désigné comme Roquefort, le fromage doit être conçu à partir du lait provenant d'une certaine espèce de brebis, et qui a été affiné dans une grotte naturelle près de la ville de Roquefort, dans la région française de l'Aveyron, où le produit estensemencé avec les spores de moisissures qui se développent dans ces grottes précises.

Ce système visant à « fédérer » est similaire à l'appellation d'origine contrôlée (AOC) utilisé en France mais à une échelle européenne.

#### 4. Le Label Patrimoine Européen



Le Label du patrimoine européen a été lancé en 2007 par différents Etats européens sous la forme d'une initiative intergouvernementale.

Son objectif est de « renforcer le sentiment d'adhésion des citoyens de l'Europe à une identité européenne commune et de favoriser leur sentiment d'appartenance à un espace culturel commun ». Pour se voir

attribuer ce Label, les sites patrimoniaux doivent alors mettre en valeur leur dimension européenne, et une plaque devant, portant le logo du Label est apposée à leur entrée. Aujourd'hui, 60 sites situés dans quelques 18 Etats européens ont obtenu le Label du patrimoine européen. 17 de ces Etats sont membres de l'Union Européenne.

C'est le 20 novembre 2008 que le Conseil de l'Union Européenne a adopté des conclusions invitant la Commission Européenne à lui présenter « une proposition appropriée portant création par l'Union Européenne d'un Label du patrimoine européen et précisant les modalités pratiques de mise en œuvre de ce projet ». Autrement dit, suivant l'exemple des Capitales Européennes de la Culture, le Conseil souhaite transformer l'actuel Label du patrimoine européen intergouvernemental en une initiative qui soit formelle, de l'Union Européenne. L'objectif de cette communautarisation du Label du patrimoine, est d'améliorer son fonctionnement, de renforcer son impact et ainsi de lui permettre de prendre une nouvelle dimension.

Les principaux objectifs du nouveau Label du patrimoine européen seraient de contribuer:

- à un renforcement de la connaissance et de l'attachement des citoyens européens, tout particulièrement des jeunes, à leur histoire commune et à leur patrimoine culturel commun dans toute sa diversité la plus large possible.
- à promouvoir les valeurs de démocratie et de droits de l'homme sur lesquelles repose la construction européenne.

- à renforcer le sentiment d'appartenance à l'Union Européenne qui complète alors l'appartenance nationale, et ainsi de stimuler la participation active des citoyens au processus démocratique européen.
- à l'attractivité économique et au développement durable de tous les territoires, notamment à travers le tourisme culturel.

Il est donc particulièrement important que le nouveau Label du patrimoine européen marque au mieux son originalité, et sa complémentarité par rapport à ces initiatives. Sa valeur ajoutée se baserait particulièrement sur la dimension européenne des sites qui sont sélectionnés, sur la mise en œuvre par ces sites d'un programme pédagogique et culturel très ambitieux, et sur la mise en réseau des sites afin de partager les bonnes pratiques et de monter des projets communs.

Suite aux conclusions du Conseil, et en conformité à ses procédures, la Commission Européenne a lancé une analyse d'impact incluant une consultation publique. Le but final de cette analyse d'impact, est de déterminer si une intervention de l'Union Européenne est effectivement justifiée dans ce domaine, et si elle peut apporter une réelle valeur ajoutée au Label du patrimoine européen. Si tel est le cas, l'analyse des répercussions permettra également de déterminer quelle forme devrait prendre cette intervention.

## C. Quelle valeur ajoutée et limite pour le Label Européens

### 1. Valeur ajoutée pour l'entreprise

Quand une entreprise s'engage dans un processus de labellisation, c'est qu'elle veut placer la satisfaction du client au cœur de ses préoccupations. Faire appel à un label européen garantit de pouvoir montrer en toute crédibilité la qualité et la sécurité des services, des produits ou des prestations que l'entreprise propose, tout en bénéficiant d'un atout commercial fort et en se différenciant de la concurrence toujours plus accrue par la mondialisation déjà plus qu'effective.

La labellisation qui implique un contrôle et un renouvellement constant des objectifs, est un outil de progrès en continu, une manière efficace de ne jamais rien considérer comme acquis et de chercher à s'améliorer par la R&D.

L'obtention du label est un outil de management et de progrès car en améliorant son efficacité, une entreprise ou une organisation gagnera de ce fait de nouveaux marchés.

Obtenir ce label, c'est aussi faire savoir, à ses clients que l'on sait répondre à leurs attentes en améliorant sans cesse la qualité de son organisation, de ses services, de ses produits ou de ses compétences professionnelles. C'est aussi montrer avec force que l'on se démarque de la concurrence. Ainsi, au-delà d'une simple reconnaissance et normalisation, le label européen contribue à augmenter la valeur ajoutée d'une entreprise sur un territoire beaucoup plus large que si celle-ci avait optée pour un label national.

En bref, la labellisation d'un point de vue entreprise a un impacte significatif sur sa notoriété, son image et ses valeurs. Aujourd'hui nul ne peut contourner le fait que le consommateur devenu expert est de plus en plus exigeant en matière de qualité et d'éthique. Des études nous ont montré que les consommateurs privilégieraient un prix supérieur pour une qualité supérieure et certifiée, plutôt que de produits et services ne répondant pas à des critères sociaux, environnement, et de sécurité pour eux.

De plus, les Labels Européens, d'un point de vu économique sont favorables à une croissance. En effet, comme nous venons de le voir, l'engouement du consommateur pour les produits et services labellisés est en hausse. Si aujourd'hui la démarche de labellisation coute aux entreprises qui se lancent dans cette aventure de valorisation, celle ci n'en est pas moins une source de revenu supplémentaire non négligeable. En gagnant en notoriété, l'entreprise va accroître ses part de marché, ses volumes de ventes et ainsi engendrer une croissance interne importante, mais également externe, en trouvant un positionnement sur le marché.

## **2. Une limite pour le consommateur**

Parmi la multitude de labels proposés dans les rayons, les chartes et autres, le consommateur ne sait pas toujours comment reconnaître les vrais des faux.

Cependant, si l'on se base sur la dimension communautariste du label européen, cela a un impact conséquent compte tenu de l'identité européenne qui tend à s'accroître par la libre circulation des citoyens européens sur le territoire. En effet ceux-ci pourront trouver et surtout reconnaître les labels qu'ils connaissent et auxquels ils auront déjà adhéré au sein de leur pays d'origine.

## **II. Les labels et leur mode d'attribution**

### **A. Les modes d'attribution**

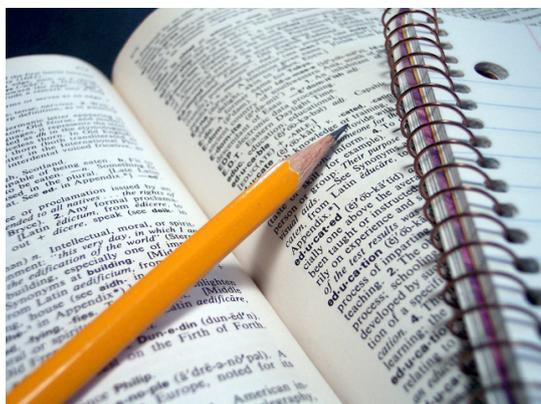
Pour acquérir un label, le fabricant doit suivre plusieurs étapes et répondre à plusieurs critères.

Tout d'abord, dans ce cursus de labellisation, le fabricant et ou producteur, doit établir un cahier des charges où le produit doit exposer des particularités qui lui permettent de contribuer de manière significative à l'amélioration d'aspects environnementaux essentiels, comme le développement durable, l'impact sur le climat et son environnement de production, tout au long de son cycle de vie, c'est à dire de sa fabrication à sa fin de vie.

Ensuite, pour disposer d'un label, cela demande des frais pour le fabricant celui-ci engage des frais de dossier entre 300 et 1300 euros, puis une redevance qui se calcule par le pourcentage des ventes annuelles du produit labellisé à l'intérieur de l'Union Européenne

Pour chaque catégorie de produits, nous avons des critères bien précis écologiques qui doivent être définis en fonction du comité de l'Union européenne pour le label écologique.

En ce qui concerne les produits qui sont issus de la nature (alimentaires et non alimentaires), ceux-ci reposent sur quatre éléments principaux qui sont :



### ***1. Les principes et/ou critères :***

Les principes sont traduits dans un cahier des charges, où la gestion forestière et agricole, doivent s'y tenir. Ils sont basés sur des principes de bonne gestion qui réciproquement sont reconnus et adaptés aux conditions spécifiques d'un pays ou d'une sous - zone biogéographique ou d'une unité cohérente de gestion.

### ***2. Des indicateurs***

Ces indicateurs sont là pour mesurer l'application et le respect des critères préalablement établis.

### ***3. Le système***

Sa structure et son fonctionnement doivent garantir que les critères sont effectivement respectés tout au long de la chaîne.

#### *4. La chaîne de traçabilité*

La chaîne de traçabilité doit être identifiée, être sûre, et suivie.

Cependant, il existe des moyens d'attribution différents en fonction des divers labels.

Concernant l'écolabel, les entreprises qui souhaitent l'obtenir doivent présenter des produits ou services qui répondent aux exigences de l'écolabel.

Après obtention de la labellisation, les produits ou services de l'entreprise peuvent mettre le logo distinctif de l'écolabel en reversant en contre partie le paiement d'un droit à l'image annuel en fonction des ventes réalisées.

En France, l'Ecolabel est délivré par AFNOR CERTIFICATION



Pour obtenir un écolabel, l'entreprise doit suivre plusieurs étapes qui sont :

##### 1. La demande de certification

Il faut tout d'abord identifier dans quelle catégorie le produit ou service en téléchargeant un référentiel détaillé disponible sur le site de

Une fois l'identification faite, l'entreprise doit contacter l'AFNOR Certification, qui sera désormais l'organisme qui lui délivrera ou non sa certification. L'organisme va alors analyser les besoins, et établir une première évaluation.

Pour obtenir la certification, l'entreprise doit fournir toutes les informations nécessaires et les résultats des tests demandés prouvant que le produit ou service est conforme aux critères écologiques et d'aptitude à l'usage, et qu'il respecte toutes les critères énumérés.

## 2 – Evaluation de la demande

La demande est évaluée par AFNOR Certification, qui vérifie la conformité des critères écologiques et d'aptitude à l'usage exigés dans le référentiel de certification. L'entreprise fait l'objet d'un audit sur site afin de vérifier le système qualité mis en place et de valider les différentes déclarations sur l'honneur.

## 3 – Attribution de l'écolabel

- Si le produit ou service répond aux exigences écologiques et d'aptitude à l'usage, AFNOR Certification délivre alors le droit d'usage de la marque pour le produit ou service. Cela signifie que l'entreprise peut alors apposer le logo de la marque sur son produit ou service, sur son emballage ou sur la notice d'information accompagnant le produit ou service.

## 4 – Suivi périodique

Afin de garantir au consommateur, ou à l'utilisateur des produits ou services certifiés, la permanence de la conformité aux exigences des marques NF Environnement ou Eco – label européen, AFNOR Certification effectue des prélèvements dans les magasins ou dans les usines afin de tester les produits et réalise régulièrement des audits d'usines.

## ***5. Le coût d'obtention du label pour l'entreprise***

L'obtention du label pour une entreprise approche à plusieurs milliers d'euros. Il génère des différentes dépenses comme les frais de dossier, visite d'audit, droits d'usage de la marque, tests des produits, etc.

Ces frais peuvent atteindre quelques milliers d'euros par an.

Ils sont proportionnels au chiffre d'affaires réalisé par l'entreprise sur ses produits éco labellisés et plafonnés à 25 000 € (Eco - label européen) ou 9 000 € (marque NF Environnement) de cotisation annuelle par catégorie de produits, quel que soit le nombre de produits couverts et le CA généré par chacun d'eux.

Les coûts pour l'entreprise sont réduits si elle possède déjà un système de management de la qualité et des procédures de suivi de sa production.

L'éco labellisation constitue, pour l'entreprise, un investissement visant à la promotion de ses produits.

S'agissant des produits bénéficiant d'une large diffusion, les coûts inhérents à la certification sont amortis assez rapidement et interviennent très peu dans la fixation du prix de vente final du produit.

## **B. Garant de qualité pour le consommateur ?**

Le marché devient de plus en plus complexe et la quantité de produits mise sur le marché ne cesse de croître, c'est pour cela que le consommateur cherche au maximum de l'information sur les offres proposées, notamment on le sait aujourd'hui concernant la qualité, la provenance des produits en se basant sur les labellisation.

Les consommateurs responsables se posent des questions sur les caractéristiques environnementales et éthiques des produits. Des labels peuvent les aider car ceux-ci fournissent des informations sur les caractéristiques environnementales du produit ou sur les conditions de leur fabrication.

Comme nous l'avons précisé précédemment, les écolabels sont gérés et attribués par des organismes indépendants (exemple : AFNOR), qui effectuent une veille constante auprès des entreprises au niveau de la conformité des produits et services, afin de vérifier qu'ils répondent bien aux critères de l'écolabel de la catégorie concernée et que les entreprises les respectent. Cette veille s'établit à partir d'audits réalisés sur le site des entreprises mais également par le biais de contrôle sur les produits et services qui sont effectués régulièrement directement sur les sites de productions, de fabrication mais également de distribution comme dans les magasins.

Aujourd'hui, le consommateur a un besoin constant d'informations sur les produits et services qu'il consomme. Pour cela, les labels jouent un rôle prépondérant au niveau des informations apportées aux consommateurs.

De plus, les produits ou les services qui disposent d'un label doivent répondre à des critères d'exigences de qualité, d'usage, de sécurité et d'éthique, ce qui permet alors aux consommateurs de se sentir en confiance, d'être mieux informés sur leurs consommations et donc d'être sûre de leurs achats dans un acte plus serein.

Au niveau des produits, le consommateur peut par exemple identifier que son produit ne contient aucun produit de l'abattoir, dans le cadre de critères pour les produits végétariens et que ceux ci correspondent bien aux règles reconnus au niveau international par toutes les organisations végétariennes.

Tout cela lui permet de faire lui même un contrôle, d'être informé sur la composition et la provenance de son produit et toute certitude.

Autre exemple notoire, au niveau de la restauration, le consommateur a une garantie certaine grâce aux diverses analyses, contrôles, audits établis au niveau de l'établissement non annoncés au préalable (contrôle d'hygiène) ce qui offre une sécurité maximale aux clients en garantissant de respecter leurs exigences en tous temps. Un label garantit une déclaration de menu précises et exacte.



Il existe également des labels qui indiquent que le produit est issu du commerce équitable. D'autres labels ne donnent pas d'informations sur la durabilité, mais renseignent malgré tout les consommateurs sur la qualité, l'origine, la sécurité ou la composition d'un produit.

A condition qu'il soit fiable, le fait pour une entreprise d'avoir une labellisation écologique peut aider les consommateurs à bien repérer les produits plus respectueux de l'environnement. C'est un outil d'appréciation et de comparaison des produits, concernant des attributs qu'un consommateur ne peut pas évaluer par lui-même : le respect de l'environnement tout au long du cycle de vie que nous avons vu précédemment.

Malheureusement, nous sommes submergés par toutes sortes de labels, symboles et logos, de sorte que le consommateur risque de se noyer dans une nébuleuse d'informations confuses. Depuis une dizaine d'années, une telle labellisation s'est développée dans le monde entier, il existe d'ailleurs un "Global Eco labelling network". En outre, tous les labels n'ont pas la même fiabilité.

### **1. Quand un label est-il sérieux**

Il est vrai que vu la multitude de labels qui s'est développés depuis ces dernières années, il est difficile de se repérer.

Il est important de bien savoir faire la différence entre les labels fiables ou pas, ce qui rend le consommateur certes un peu craintif face à cette panoplie de labels.

Pour déterminer si un label est fiable, il faut voir s'il répond bien aux différents critères que la législation met en vigueur et d'identifier s'ils sont vérifiables.

Ce contrôle est bien entendu réalisé par une organisation indépendante accréditée pour cette fonction.

Afin de ne pas mettre en doute le consommateur, cette organisation vise à travailler selon une méthode transparente, toutes les informations concernant plus particulièrement les critères et les cahiers des charges sont accessibles et on la possibilité d'être vu sur demande.

Toutes ces formalités doivent être bien respectées étant donné de la divergence des labels.

Il existe plusieurs types de labels :

## **2. Les labels officiels**

Les labels officiels sont dirigés par une administration. Tous ces contrôles sont exercés par le biais d'organisations externes, elles sont indépendantes et sont régulièrement accréditées, ce qui assure le caractère de fiabilité et de qualité du contrôle. L'application d'un label sur un produit ou service est volontaire, le fabricant est le seul à décider.

### Les labels privés, collectifs

Les labels privés collectif sont administrés par un secteur industriel, une association professionnelle ou une association qui est considérée comme indépendante du fabricant ou du secteur.

Pour ces labels privés, collectifs, plusieurs exécutants sont impliqués comme par exemple une Organisation Non Gouvernementale (ONG). Les contrôles sont aussi exercés par des organisations externes, indépendantes et généralement accréditées. Ce sont également des systèmes volontaires.

### Les labels privés, individuels, contrôlés

Les labels privés individuels contrôlés, sont élaborés par un fabricant ou un distributeur, mais sont quand même contrôlés par une organisation externe et indépendante qui, en général, est accréditée.

### Les labels privés, individuels, non contrôlés

Les labels privés individuels non contrôlés, sont créés par un fabricant et ou un distributeur. Ils

relèvent uniquement de leur responsabilité exclusive. Il n'y a pas de contrôle externe et indépendant.

### L'étiquetage obligatoire

L'étiquetage obligatoire peut se présenter tant sous forme graphique que sous forme d'un texte qui est apposé obligatoirement sur l'emballage du produit.

### **3. Des points négatifs pour les consommateurs**

Il existe certains labels qui peuvent informer les consommateurs sur les caractéristiques environnementales d'un produit mais aussi sur les conditions de fabrication, sociale notamment, ce qui apporte une valorisation de l'éthique de l'entreprise, les consommateurs y étant devenu très sensibles.

Il existe également des labels qui attestent formellement qu'un produit est issu du commerce équitable. D'autres labels ne donnent pas d'information sur la durabilité du produit, mais renseignent les consommateurs quant à la qualité, l'origine, la composition ou la sécurité d'un produit. Aujourd'hui, les consommateurs sont submergés par un flot de labels contenant aussi bien des labels fiables que des labels d'origine douteuse. Ce manque de transparence et d'information qui caractérise l'offre actuelle des labels, décourage beaucoup de consommateurs, qui risquent par conséquent de se désintéresser de la démarche.

La confiance que peuvent avoir des consommateurs dans un label est un facteur essentiel de son succès, car les consommateurs « ordinaires » ne sont pas capables de vérifier les données scientifiques nécessaires. Cependant de nombreux consommateurs sont sceptiques par rapport aux allégations écologiques, véhiculées par les étiquetages et la publicité. De nombreuses études (association de consommateur, et études privés) montrent qu'à cause du grand nombre de labels, allégations et autres pictogrammes, les consommateurs ne peuvent plus vraiment distinguer les informations fiables des informations plus fantaisistes et cela réduit considérablement leur confiance dans l'ensemble des labels.



Le mode de gestion et de contrôle du label est évidemment un des facteurs les plus importants de cette confiance des consommateurs. L'intervention des autorités et d'organismes comme l'ISO (international organisation for standardisation) semble avoir un impact sur les allégations écologiques et la confiance des consommateurs dans les écolabels qui ne cesse d'augmenter ces dernières années. Par ailleurs, de nombreuses études montrent que les consommateurs font davantage confiance aux organismes indépendants, aux organisations de consommateurs, aux organisations d'environnement ou aux autorités publiques plutôt qu'aux producteurs et distributeurs.

La plupart des consommateurs témoignent d'une grande confiance en la science, c'est pourquoi les critères des écolabels doivent être fondés scientifiquement et atteindre un haut niveau. C'est le cas, selon le BEUC (Bureau Européen des Unions de Consommateurs) qui a comparé les critères définis pour les diverses catégories de produits couvertes par l'écolabel aux normes fixées par les réglementations.

D'une manière générale, on peut affirmer que l'écolabel introduit des exigences nettement supérieures à celles imposées par les réglementations. Soit l'écolabel fixe des limites plus strictes que celles définies dans les directives, soit il fixe des limites pour des produits qui ne font pas partie du champ d'application de ces directives, soit il est tout à fait précurseur en fixant des critères là où la législation est inexistante. Par exemple, avec les produits éco labellisés, les consommateurs ne sont pas exposés à des produits chimiques toxiques, tandis qu'avec la législation, les consommateurs ne sont qu'informés du fait qu'un produit est dangereux.

## C. Conclusion : Les possibilités d'évolution

Les labels européens se développent aujourd'hui de plus en plus rapidement.

Il n'est donc pas facile pour le consommateur de s'y retrouver. Certains labels garantissent la qualité du produit, d'autres celle de sa fabrication, ou bien sa provenance régionale.

Ce système ne garantit pas une transmission de l'information optimale entre institutions et acheteurs finaux.

Les labels européens auraient donc tout intérêt pour la suite de leur développement à créer un système de classement simple et facilement reconnaissable par les consommateurs.

Certaines appellations peuvent prêter à confusion comme les produits dits « biologiques », personne ne connaît exactement le pourcentage d'aliments biologiques nécessaire pour obtenir la fameuse mention.

Cette absence de transparence explique peut être en partie la mauvaise perception perçue de ce genre de produit par les consommateurs.

Au cours des dernières années un label a fortement progressé : le label commerce équitable. Il est donc important à l'heure actuelle de suivre la tendance en créant plus de labels garantissant l'écologie et le développement durable.

Ainsi, le consommateur actuel achète des produits ou services labélisés dans un objectif de garantie de la qualité, la sécurité et la sûreté de la provenance. Ils sont encore trop peu à se préoccuper du respect des critères écologiques.

Les critères écologiques cependant devraient être une priorité pour le consommateur, au même titre que la garantie de la qualité du produit. Ils permettent d'améliorer le développement écologique et environnemental de chacun, et ainsi favorisent le développement durable.

La solution serait de se pencher plus particulièrement sur l'aspect environnemental en développant une communication plus ardue qui tiendrait compte des problèmes d'actualités.

Ainsi, les produits industriels pourraient bénéficier de ce genre de labels puisqu'ils sont très polluants à produire. Un label qualitatif sur la réduction des consommations d'eau ou de rejet de pollution pourrait permettre de différencier les produits.

Les labels ne concernent pas seulement des produits de grande consommation, Nous pouvons constater que pour l'année 2015 un nouveau label assurant la qualité des eaux de baignade fondé sur un cahier des charges exigeant et des prélèvements tout au long de la saison estivale, doit permettre aux communes littorales françaises de devancer l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation européenne en 2015.

Le cahier des charges du label "*Démarche Qualité des eaux de baignade*" a été élaboré par le bureau Veritas. Il exige que toutes les sources de pollutions soient reconnues et anticipées. Des contrôles grâce à des prélèvements réguliers seront effectués pendant toute la période estivale, il assure de dégager l'information au public en cas d'éventuels problèmes. Ce nouveau label ne sera pas mis en place dans toutes les communes du littoral pour le moment étant donné que celles-ci ne dispose pas toutes encore de station d'épuration  
Cet exemple nous aide à illustrer les possibilités de développement des labels européens, qui vont désormais s'appliquer à de plus nombreux domaines d'activités, pour garantir le bien-être collectif.

## **Bibliographie**

Ademe

Afnor

Ecolabel.fr

Europa.eu

Stratégie.fr

Ecoresponsable.fr

Vedura.fr

Discerno.eu

Pavillonbleu.org

Ec.europa.eu

[Annuairegreen.com](http://Annuairegreen.com)

[Goodplanet.info](http://Goodplanet.info)

[LSA magazine](#)