



Des labels à tous les rayons

Le nombre de labels croît aussi vite que le réchauffement climatique. L'institut Ifop en a dénombré plus de 70. Pourtant, tous n'ont pas le même effet sur les ventes. Les consommateurs restent méfiants.

Six certifications à la loupe				
Nom du label	Secteur	Année de création	Remarque	Tarif*
AB	Alimentation	1985	Sans doute le plus connu des labels, il prévoit l'utilisation d'au moins 95 % de produits issus de l'agriculture bio (eau comprise).	Gratuit
Label européen de l'agriculture biologique	Alimentation	2010	Moins strict que le label AB (il tolère jusqu'à 0,9 % d'OGM), c'est lui qui est obligatoire sur les produits bio. L'autre (AB) reste facultatif.	Gratuit
Max Havelaar	Commerce équitable (alimentation et textile)	1988	Label international portant sur la rémunération des producteurs et non sur l'impact environnemental des produits.	Droits de licence : 2 % du chiffre d'affaires par an, en moyenne.
Cosmebio	Cosmétique	2000	Label français garantissant la présence d'au moins 10 % d'ingrédients biologiques dans le produit (eau comprise). Accompagné aujourd'hui de la mention « Cosmos organic », rassemblant 5 organisations européennes de cosmétiques bio.	Droits de licence : de 300 à 10 000 € (en fonction du chiffre d'affaires de l'entreprise).
Ecolabel européen	25 domaines concernés	1992	Présent des couches culottes aux ordinateurs en passant par les shampoings et les ampoules, l'Ecolabel européen garantit l'impact réduit des produits sur l'environnement pendant tout leur cycle de vie (depuis la conception jusqu'au déchet). Le nombre de marques certifiées a triplé en France depuis 2009.	Redevance annuelle : de 250 à 1 200 €.
Ecocert	Alimentation, textile et cosmétiques	1992	Il s'agit d'un organisme certificateur, qui garantit que la marque respecte bien les contraintes imposées pour obtenir son label.	En agriculture bio, un contrôle coûte de 350 à 800 par an.

*Droits d'utilisation, hors audits de certification. Sources : l'Agence bio, Max Havelaar, Cosmebio, Ecocert, « Guide des labels de la consommation responsable » de l'Ademe, « Guide d'achat éthique » sur www.eco-sapiens.com.

Surfant sur la vague de la consommation responsable, les labels de développement durable ont le vent en poupe. L'agriculture biologique pèse aujourd'hui 4 milliards d'euros de chiffre d'affaires, le commerce équitable, près de 400 millions et la cosmétique, 350 millions, selon le site Mescoursespourlaplanete.com. Dans ces conditions, pas étonnant que les marques soient attirées par ce marché lucratif où les prix sont de 5 % à 20 % plus élevés qu'ailleurs, selon une enquête du cabinet Accenture. Mais pour cela, elles ont besoin d'un label pour prouver leur bonne foi. On trouve des labels dans tous les rayons : l'alimentation et la cosmétique mais aussi la peinture, les hôtels et, depuis cette année, les spas (sous la marque Being) et les serviettes hygiéniques (Ecolabel européen). L'institut Ifop en a dénombré plus de 70. Dans cette profusion, pas toujours facile de s'y retrouver. D'ailleurs, selon l'Ifop toujours, si 21 % des Français(e)s les jugent « fiables », 20 % ne leur font pas confiance du

tout. Et 59 % ont un avis mitigé : « Certains sont fiables mais pas tous ». Aux marques, donc, de bien choisir leur label car les consommateurs ne sont pas dupes. Celles qui respectent l'environnement et en ont fait une marque de fabrique ont recours aux labels les plus pointus : Demeter, Nature et Progrès. Dans la grande distribution, les plus courants sont AB et Max Havelaar. Mais d'autres plus spécifiques existent aussi. Comme le label MSC (Marine Stewardship Council), garantissant une pêche durable, utilisé par Findus. Pour aider le consommateur à se repérer, une application iPhone gratuite a été lancée. Le Guide des labels de la consommation responsable fournit des informations utiles pour faire le tri entre 66 labels : à qui appartiennent-ils ? Quelles garanties offrent-ils ? Les informations, publiées par l'Ademe et Mescoursespourlaplanete.com, sont classées par nom ou par types de produits. Indispensable pour ne plus se tromper.

SÉBASTIEN PIERROT