**RCF Emission Consom’acteurs**

**Enregistrement du 20 décembre 2024 à 10 h**

**sur la thématique « *Critique des labels*»**

**Daniel Joly, Référent environnement**

**et bénévole à l’UFC-Que choisir Doubs-T.Belfort**

Nous avons vu la semaine dernière que les labels de l’agriculture sont nombreux. Mais ce n’est rien en regard des autres domaines où ils sont attribués. Leur liste exhaustive est presque impossible à établir. Voici quelques-uns des principaux domaines où s’appliquent les labels publics en France : outre l’agriculture, des labels sont décernés dans les domaines de : la culture, l’écologie et le développement durable, l’économie, le commerce équitable, etc. Et je n’évoque pas les mentions valorisantes encadrées.

**Les labels sont bien identifiés**

Plus intéressant est d’examiner leur intérêt. Un sondage de l’institut Kantar en 2022 nous apprend que les labels installés depuis longtemps, comme le Label Rouge ou le label AB, sont connus par plus de 90 % des Français. En moyenne un label fait choisir un produit plutôt qu’un autre pour une personne sur trois. Selon Kantar, le top 3 des labels pour lesquels les Français sont prêts à payer plus cher est : le Label Rouge, le label Viande Française et le label Made In France. Mais toute médaille a son revers. La confiance accordée aux labels n’est pas parfaite et, en moyenne, seulement 25 % des connaisseurs d’un label déclarent qu’il lui inspire totalement confiance.

**Critique des labels**

De nombreuses critiques assombrissent le système des labels. D’abord les produits labellisés sont plus chers que ceux qui ne le sont pas. On peut considérer que c’est normal vu que, en règle générale, ils sont de meilleure qualité.

Autre critique, face à la profusion, les consommateurs sont de plus en plus perdus et s’y retrouvent de moins en moins : trop de labels tue le label. Ajoutons que pratiquement aucun consommateur ne connaît avec précision le cahier des charges associé aux produits labellisés, même les plus connus.

Ensuite, ils sont utiles lorsqu’ils sont dûment contrôlés par des organismes tels qu’Ecocert pour l’agriculture biologique, car ils permettent au consommateur de guider ses achats et de s’engager dans des pratiques de consommation responsable. Pour autant, un label, est-il un gage de qualité ? Pas toujours, même si c’est souvent le cas, préviennent l’UFC-Que Choisir, Greenpeace France, WWF France et BASIC. Ces quatre associations qui ont mené l’enquête révèlent que, si certains labels tiennent leurs promesses, d’autres « *ne sont que de la poudre aux yeux* ».

La fiabilité est bonne pour les 8 labels se revendiquant du commerce équitable qui satisfont toutes les garanties économiques, sociales et environnementales affichées. Il s’agit pour les plus connus de Fairtrade MaxHavelaar, Biopartenaire, Bio équitable en France.

Mais le résultat est mitigé, voire mauvais, pour la majorité des labels qui se revendiquant bio ou durables. Les historiques du bio sont les plus fiables (Demeter et Bio Cohérence font un sans-faute, suivis de près par Nature et Progrès). Les démarches AB et Bio Équitable en France obtiennent les bénéfices socio-économiques et environnementaux les plus forts. D’autres labels portant sur l’environnement (HVE, Haute Valeur Environnementale), la qualité nutritionnelle (Bleu-Blanc-Cœur) ou organoleptique (Label rouge), en revanche, ne satisfont à aucun des critères, ou presque. En 2021, une étude de l’INRAE révélée par l’UFC-Que choisir montre que le Label Rouge est mérité pour les filières volailles et bœuf. En revanche, il ne l’est pas pour d’autres productions, celles du porc label rouge par exemple, qui « *se contenteraient des exigences minimalistes définies* ».

Autre critique, les cahiers des charges de ces labels sont définis par l’Institut National de l’Origine et de la Qualité (INAO). Or, au sein de l’INAO, les comités chargés de l’examen des cahiers des charges comptent une écrasante majorité de professionnels au détriment des représentants de l’administration et des consommateurs.

Enfin les labels sont parfois des leurres visant à tromper les consommateurs en mettant en avant de prétendues vertus. Obtenir un label peut ainsi être le moyen pour une entreprise de mettre en avant l’impact censément positif d’un produit ou d’un service.

Les quatre associations demandent donc une révision des conditions de certification (cahiers des charges, exigence des contrôles, …). Elles demandent aussi que l’attribution des aides publiques aux différents labels soit conditionnée à une réelle garantie concernant les impacts environnementaux et socio-économiques des productions.

Pour conclure, je dirai que, dans un contexte de crise inflationniste, le label donne certes une valeur additionnelle au produit, mais les consommateurs ne sont pas prêts à payer plus cher un produit labellisé, surtout s’il est mal identifié, surfait ou sans grand intérêt.

Je vous remercie de votre attention.