



Relance labelinfo.ch sur la base de la banque de données du CCI et du système d'évaluation de la GIZ

Rapport méthodologique (version courte)

1	Labelinfo.ch en bref	3
2	Quelques points de terminologie	5
2.1	Qu'entendons-nous par labels ?	5
2.2	Qu'est-ce qui caractérise un système de labellisation crédible ?	5
3	La méthodologie : comment avons-nous procédé ?	7
3.1	Sélection du label	8
3.2	Base de l'évaluation	11
3.3	Évaluation, catégorisation et visualisation	12
4	Récapitulatif des résultats de l'évaluation (groupe de produits Denrées alimentaires)	14

1 Labelinfo.ch en bref

La demande croissante de produits fabriqués de manière durable et le désir d'une transparence accrue dans la chaîne de valeur ajoutée ont conduit à un grand nombre de labels. Cette diversité perturbe les acheteurs – et tant les consommateurs que les acheteurs professionnels se mettent à douter de la crédibilité des labels.

C'est pourquoi les évaluations indépendantes des labels de durabilité jouent un rôle de plus en plus important. Labelinfo.ch assume ce rôle et évalue depuis 2001 les principaux labels de durabilité suisses.

En 2021, il a été décidé de relancer la plateforme. Dans ce cadre, la méthodologie d'évaluation des labels a été entièrement remaniée par l'Institut pour l'environnement et les ressources naturelles (IUNR) de la ZHAW. La nouvelle méthodologie se base sur la base de données « Standards Map » du Centre du Commerce International (CCI) ainsi que sur l'outil d'évaluation « Sustainable Standards Comparison Tool » (SSCT) de la Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). La méthodologie repose ainsi sur une base largement acceptée au niveau international.

Labelinfo.ch est lié à la promotion de la consommation durable (ODD/objectif de développement durable 12). Un système de consommation durable exige le respect d'exigences sociales, éthiques et environnementales aussi élevées que possible lors de la production, de la transformation et de la distribution des produits. Ce sont précisément de telles exigences qui sont au cœur des labels. En augmentant la transparence et donc la crédibilité des labels de produits durables, Labelinfo.ch contribue à la promotion d'une consommation durable.

Des partenaires expérimentés participent à la mise en œuvre de cette relance :

- La fondation Pusch, qui s’engage pour une utilisation durable des ressources naturelles. Elle gère depuis 2001 le centre d’information sur les labels environnementaux et sociaux Labelinfo.ch, qui sert de guide dans la « jungle des labels ».
- L’Institut pour l’environnement et les ressources naturelles (IUNR), qui fait partie du département Sciences de la vie et Facility Management de la ZHAW. Le groupe de recherche Geography of Food (GOF) de l’IUNR se consacre à l’enseignement et à la recherche sur les thèmes de la transformation agroécologique des systèmes alimentaires. Le groupe propose un module de gestion des labels dans le cursus de bachelor en ingénierie environnementale. Le Centre du Commerce International (CCI) ainsi que la Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) font office de partenaires scientifiques.

Vous trouverez tous les partenaires de Labelinfo.ch à la fin de ce document.

2 Quelques points de terminologie

2.1 Qu'entendons-nous par labels ?

- « Label » est le terme générique désignant les différents signes visibles sur les produits ou attribués aux services et aux systèmes de gestion. Un label indique certaines caractéristiques ou qualités particulières d'un produit ou d'un service et est, dans la plupart des cas, un instrument du secteur privé. L'attribution d'un label à un produit ou à un service est volontaire.
- Les labels de durabilité signalent le respect de l'environnement, la compatibilité sociale ou le bien-être des animaux. Selon l'accent mis, un label couvre soit une dimension spécifique, soit plusieurs.
- Le contenu de ces labels repose sur les exigences que les détenteurs de ces labels posent à un produit ou à un service. Ces exigences sont appelées « directives » (ou « normes »). Un label peut se baser sur plusieurs directives.

2.2 Qu'est-ce qui caractérise un système de labellisation crédible ?

- C'est au titulaire du label de déterminer par lui-même la façon dont le contrôle de conformité doit avoir lieu. En d'autres termes, comment vérifier que les exigences du label sont respectées - ce qui est décisif pour la crédibilité d'un label de durabilité.

- Dans le système de labellisation le plus crédible (certification par une tierce partie), un organisme d'audit indépendant et accrédité vérifie si les exigences du label sont respectées lors de la production, de la transformation, du transport, etc. d'un produit ou de la fourniture d'un service. Les résultats sont consignés dans un rapport d'audit. Dans un deuxième temps, le résultat de cette vérification ou le rapport d'audit est à nouveau contrôlé par un organisme de certification indépendant et accrédité. Dans certains cas, un seul et même organisme se charge des deux étapes.
- Le respect des directives est ensuite attesté par un certificat de l'organisme indépendant.
- Le produit ou le service peut alors être labellisé sur la base du certificat et avec l'autorisation du titulaire du label.
- Enfin, un organisme d'accréditation vérifie si l'organisme d'audit et/ou de certification possède les compétences nécessaires. En Suisse, c'est le Service d'accréditation suisse (SAS) qui assume cette fonction.

Comment fonctionne un système de labellisation crédible

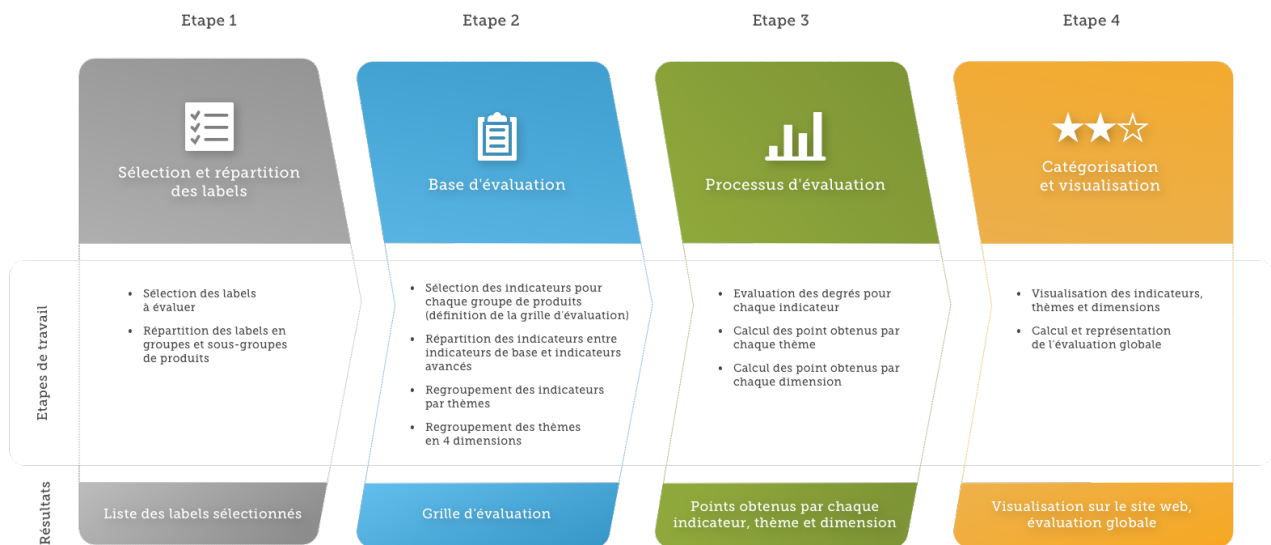


3 La méthodologie : comment avons-nous procédé ?

La méthodologie de Labelinfo.ch peut être divisée en quatre étapes (voir illustration):

1. Sélection et répartition des labels
2. Définition de la base d'évaluation
3. Processus d'évaluation
4. Catégorisation et visualisation

Processus d'évaluation



3.1 Sélection du label

La première étape consiste à déterminer quels labels doivent être évalués. Seuls les labels de durabilité utilisés sur des produits ou services présents sur le marché suisse sont sélectionnés (cela comprenant aussi bien des labels suisses qu'internationaux).

Les labels à prendre en compte dans l'évaluation ont été sélectionnés sur la base du catalogue de critères suivant:

Contenu et objectifs

- Au moins une des dimensions de contenu évaluées sur Labelinfo.ch est couverte par le label (respect de l'environnement, compatibilité sociale, bien-être animal).
- Les contenus et les objectifs adressés par le label sont visibles publiquement. Cela signifie que les directives du titulaire de label sont accessibles à tous.
- Le respect des objectifs fixés par le label est visible grâce à l'attribution d'un signe visuel (logo du label).

Coopération et transparence

- Le titulaire de label se déclare prêt à accompagner et à soutenir la saisie dans la base de données Standards Map.

Couverture du marché

- Le label est disponible au moins en Suisse alémanique ou en Suisse romande.
- Le label est disponible dans les points de vente les plus répandus (par exemple Aldi Suisse, Alnatura, Coop, Denner, Landi Suisse, Lidl Suisse, Manor AG, Migros, Spar Holding, groupe Volg, etc.)

Lorsqu'un label repose sur des directives de labellisation différentes (par exemple Friend of the Sea ou ASC), celles-ci ne sont évaluées et présentées séparément que si la différence est clairement indiquée visuellement sur les produits et visible pour les consommateurs : les consommatrices.

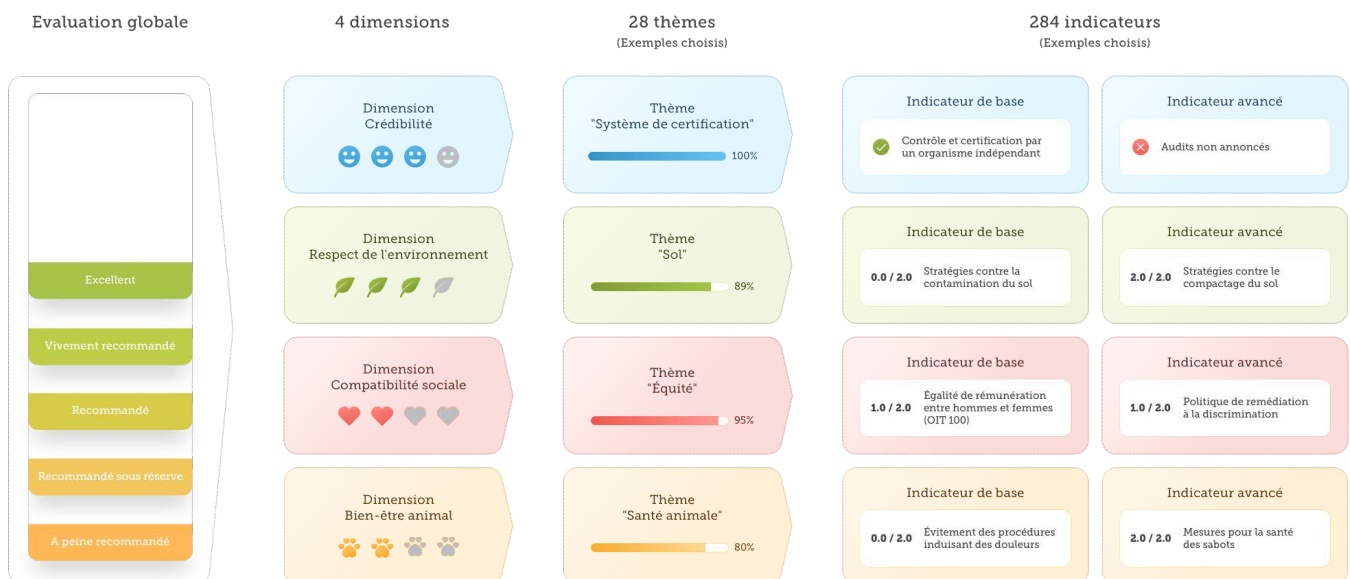
	Label	Propriétaire du label
1	AGRI NATURA	Volg Konsumwaren AG
2	Agriculture Biologique	République Française
3	ASC - Aquaculture Stewardship Council	Aquaculture Stewardship Council Foundation
4	Bio Natur Plus	Manor SA
5	Bio Natur Plus (origine Suisse)	Manor SA
6	BIO natura	ALDI SUISSE AG
7	BIO natura (origine Suisse)	ALDI SUISSE AG
8	Bio Organic	Lidl Suisse DL SA
9	Bio Organic (origine Suisse)	Lidl Suisse DL SA
10	Bio-Siegel	République fédérale d'Allemagne
11	Bœuf de pâturage	Fédération des coopératives Migros
12	Bœuf de pâturage bio	Fédération des coopératives Migros
13	Bœuf de pâturage Bio Organic	Lidl Suisse DL SA
14	Bourgeon Bio	Bio Suisse
15	Bourgeon Bio Suisse	Bio Suisse
16	Coop Naturafarm	Coop Société Coopérative
17	Coop Naturaplan	Coop Société Coopérative
18	Coop Naturaplan (origine Suisse)	Coop Société Coopérative

	Label	Propriétaire du label
19	Delinat	Delinat SA
20	Demeter	Biodynamic Federation – Demeter-International
21	Demeter (origine Suisse)	Fédération Demeter Suisse
22	Fairtrade Max Havelaar	Fondation Max Havelaar
23	FOS - Friend of the Sea	World Sustainability Organization
24	IP-SUISSE	IP-SUISSE
25	KAGfreiland	KAGfreiland
26	Label bio de l'UE	Commission européenne
27	Migros Bio	Fédération des coopératives Migros
28	Migros Bio (origine Suisse)	Fédération des coopératives Migros
29	MSC - Marine Stewardship Council	Marine Stewardship Council
30	Natura-Beef	Vache Mère Suisse
31	Natura-Beef Bio	Vache Mère Suisse
32	NATURE SUISSE	ALDI SUISSE SA
33	Naturland	Naturland
34	Rainforest Alliance	Rainforest Alliance
35	retour aux sources	ALDI SUISSE SA
36	Silvestri bœuf de pâturage	Silvestri SA
37	Silvestri bœuf de pâturage bio	Silvestri SA
38	Silvestri porc en plein-air	Silvestri SA
39	Silvestri veau de lait	Silvestri SA
40	Suisse Garantie	AMS Agro-Marketing Suisse
41	Terra Natura	Lidl Suisse DL SA

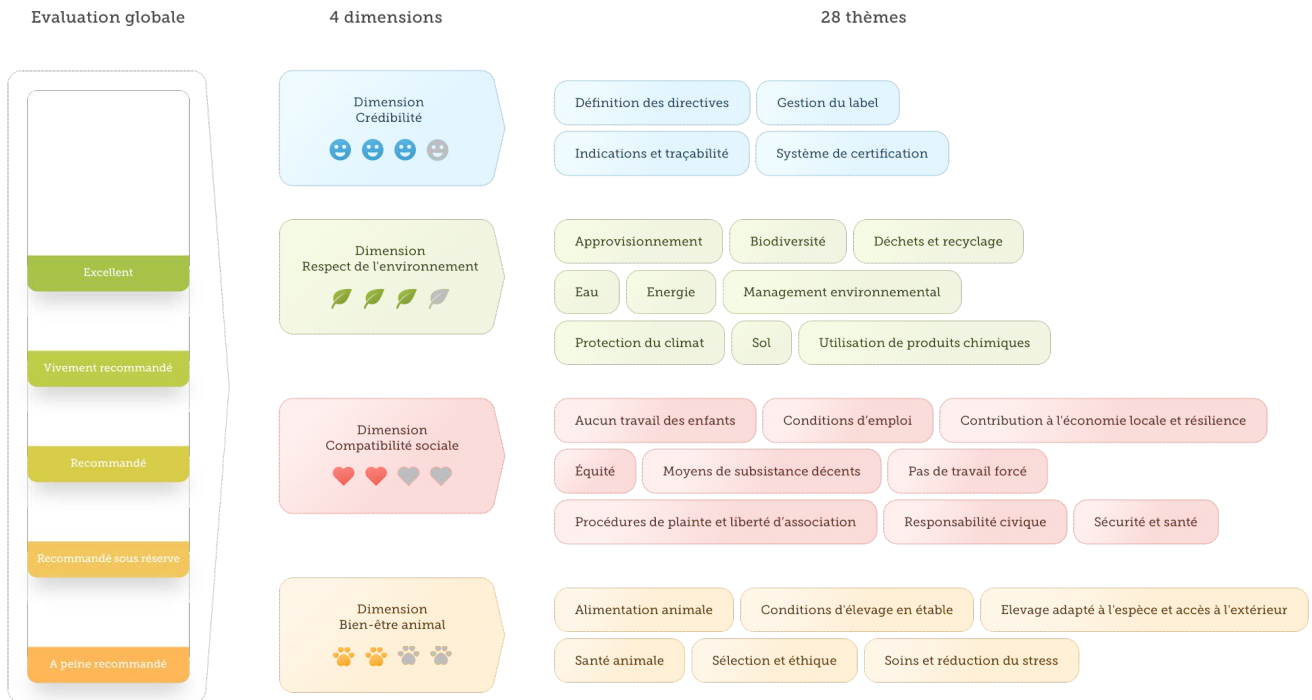
3.2 Base de l'évaluation

La deuxième étape consiste à définir quels indicateurs sont pertinents dans un groupe de produits donnés. En fonction de l'importance de ces indicateurs pour la durabilité d'un label, ils sont ensuite répartis en indicateurs de base et indicateurs avancés. Les indicateurs sont regroupés en thèmes et les thèmes sont attribués à quatre dimensions (voir illustration « Niveaux d'agrégation »). L'illustration suivante « Récapitulatif des 28 thèmes » renseigne sur les thèmes adressés dans chacune des dimensions.

Niveaux d'agrégation



Récapitulatif des 28 thèmes


















3.3 Évaluation, catégorisation et visualisation

La troisième étape consiste à analyser dans quelle mesure les directives d'un label répondent à un indicateur donné. Une fois que les principaux documents d'un label ont été rassemblés, il s'agit de saisir dans la base de données Standards Map la mesure dans laquelle le label remplit les indicateurs pertinents pour son groupe de produits. Pour ce faire, il faut d'une part renseigner dans quel délai une exigence du label doit être mise en œuvre par le preneur de licence (immédiatement, dans l'espace de quelques années, à sa propre initiative ou pas du tout) et si l'indicateur est explicitement mentionné dans les directives. Un label peut obtenir au maximum 2 points par indicateur et dans les indicateurs de la dimension Crédibilité maximum 1 point.

Lors de la quatrième et dernière étape, après avoir calculé le nombre de points par indicateur, les points de tous les indicateurs sont additionnés thème par thème. On calcule ensuite pour chaque thème quel pourcentage des points possibles le label obtient. Ensuite, les points de tous les thèmes au sein d'une dimension sont additionnés et comparés au nombre de points maximum possible par dimension. Sur la base des scores obtenus dans les indicateurs de base et les indicateurs avancés, on calcule combien de symboles un label reçoit pour une dimension donnée (0-4). Une évaluation globale est ensuite calculée sur la base du nombre de symboles dans les quatre dimensions. En outre, la dimension dans laquelle le label obtient le plus de points est considérée comme la « dimension focale ». Elle compte double pour l'évaluation globale.

4 Récapitulatif des résultats de l'évaluation (groupe de produits Denrées alimentaires)

Excellent	Vivement recommandé	Recommandé	Recommandé sous réserve	A peine recommandé	Pas encore évalué
           	                 	      	 	 	

Le remaniement de Labelinfo.ch est soutenu par les organisations suivantes :

Powered by



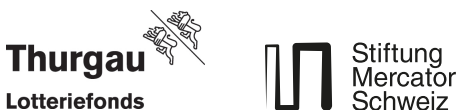
- Pusch L'environnement en pratique
- Institut pour l'environnement et les ressources naturelles (IUNR) de la ZHAW

Partenaires scientifiques



- Centre du Commerce International (CCI)
- Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ)

Partenaires



- Amt für Umwelt- und Gesundheitsschutz der Stadt Zürich (UGZ)
- Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana (ACSI)
- Biovision
- Office fédéral de l'environnement (OFEV)
- Fédération Romande des Consommateurs (FRC)
- Loterie Romande
- Fonds de loterie du canton d'Argovie
- Fonds de loterie du canton de Thurgovie
- Secrétariat d'État à l'économie (SECO)
- Stiftung für Konsumentenschutz (SKS)
- Fondation Mercator Suisse
- WWF Suisse

Secrétariat c/o
Pusch - Praktischer Umweltschutz
 Hottingerstrasse 4, case postale,
 8024 Zurich
 info@labelinfo.ch, +41 44 267 44 66