

Entre multiplicité et effectivité, vers un label européen unique sur le développement durable ?

Mémoire réalisé par
Aurélien HUCQ

Promoteur(s)
Christophe THIEBAUT

Année académique 2017-2018
Master en droit

Plagiat et erreur méthodologique grave

Le plagiat entraîne l'application des articles 87 à 90 du règlement général des études et des examens de l'UCL.

Il y a lieu d'entendre par « plagiat », l'utilisation des idées et énonciations d'un tiers, fussent-elles paraphrasées et quelle qu'en soit l'ampleur, sans que leur source ne soit mentionnée explicitement et distinctement à l'endroit exact de l'utilisation.

La reproduction littérale du passage d'une oeuvre, même non soumise à droit d'auteur, requiert que l'extrait soit placé entre guillemets et que la citation soit immédiatement suivie de la référence exacte à la source consultée.*.

En outre, la reproduction littérale de passages d'une oeuvre sans les placer entre guillemets, quand bien même l'auteur et la source de cette oeuvre seraient mentionnés, constitue une erreur méthodologique grave pouvant entraîner l'échec.

* A ce sujet, voy. notamment <http://www.uclouvain.be/plagiat>.

Remerciements

Nous tenons à adresser mes sincères remerciements à tous ceux qui ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

Nous remercions plus particulièrement notre promoteur, Christophe Thiebaut, pour ses conseils, la confiance et la liberté accordés lors de la rédaction de ce mémoire.

Nous remercions également notre famille et nos amis pour leur soutien et leurs encouragements accordés tout au long de cette année.

Nous remercions spécialement notre maman pour la relecture attentive de ce mémoire, précieuse et irremplaçable aide.

Table des matières

Liste des abréviations utilisées	3
I. Introduction	5
II. Précisions des notions de certification et de label	9
Section 1 : Introduction	9
Section 2 : Certification.....	10
§1 : Notion.....	10
§2 : Qui opère la certification ?	11
Section 3 : Label	11
§1 : Contour de la notion	11
§2 : Les normes ISO	13
§3 : Différentes sortes de label.....	15
§4 : Enjeux du label.....	20
III. Approche institutionnelle du label.....	23
Section 1 : Introduction	23
Section 2 : Le consommateur comme sujet actif et passif	24
Section 3 : Principes sous-tendant un système de labellisation	26
§1 : Principe de séparation des pouvoirs	26
§2 : Principe de démocratie	26
§3 : Principe d'égalité	26
§4 : Principe de transparence.....	27
Section 4 : Acteurs principaux d'un système de labellisation.....	28
§1 : Diversité d'acteurs pour des relations diverses	28
§2 : Responsabilité des acteurs	29
Section 5 : Composantes du système de labellisation	29
§1 : Concernant le processus de décision	30
§2 : Processus de vérification via la certification	34
§3 : Règlement des litiges	35
Section 6 : Conclusion.....	36
IV. Label européen unique sur le développement durable	37
Section 1 : Discussions préliminaires	38
§1 : Notion de développement durable.....	38
§2 : Label et Droit Commercial International (DCI).....	39
§3 : Politiques et compétences européennes	44
Section 2 : Esquisse d'un label sur le développement durable.....	46
§1 : L'exemple du label écologique européen.....	47
§2 : Problématiques visées d'un label sur le développement durable.....	47

§3 : Limites du label sur le développement durable	53
§4 : Utilité d'un label sur le développement durable.....	54
V. Conclusion.....	61
Annexe.....	64
Bibliographie.....	65
I. Législation	65
II. Jurisprudence	66
III. Doctrine :	66
IV. Divers.....	75

Liste des abréviations utilisées

CESE : Comité Economique et Social Européen

DCI : Droit Commercial International

DD : Développement durable

FSC : Forest Stewardship Council

GATT : Accord Général sur les tarifs douaniers et le commerce

GEN : Global Ecolabelling Network

ISO : Organisation Internationale de Normalisation

MP : Marché Public

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique

OIT : Organisation Internationale du Travail

OMC : Organisation Mondiale du Commerce

ONG : Organisation non-gouvernementale

PMP : Procédés et méthodes de production

TBT : Accord sur les obstacles techniques

TFUE : Traité sur le Fonctionnement de l'Union Européenne

TUE : Traité sur l'Union Européenne

UNEP : United Nations Environmental Program

Entre multiplicité et effectivité ; vers un label européen unique sur le développement durable ?

I. Introduction

L'on observe de plus en plus de nos jours des modes de « gouvernance »¹ du marché qui se détachent d'une vision westphalienne (avec l'Etat comme principale force politique) vers des modes de gouvernance, souvent transnationaux, émanant du secteur privé, opérant parfois de manière hybride avec le secteur public². Ces modes de gouvernance transnationale du marché couvrent les initiatives privées (c'est-à-dire non investies de l'autorité publique) visant à réguler la conduite du marché à un niveau transnational³. Ces initiatives recourent, par exemple, des codes de conduites transnationaux ou des systèmes de certification et labellisation⁴.

La labellisation employant un système de certification peut être catégorisée comme un outil économique, opposé au traditionnel outil réglementaire⁵, car celui-ci dépend « dans une plus ou moins grande mesure du marché »⁶. Dans un système de marché où la concurrence règne en maître, les labels en tant que signes distinctifs de qualité sont des incitants à l'effectivité du droit. Néanmoins, que l'on y prenne garde, l'effectivité du droit se traduit ici comme le respect volontaire de normes (notamment sociales et/ou environnementales) allant plus loin que le cadre réglementaire existant ou pas⁷.

Le choix de se porter sur les labels relève du constat que le droit environnemental est mis à rude épreuve dans le système économique mondial⁸. Dans un cadre réglementaire souvent faible et non respecté, la certification (à travers un système de labellisation, voir *infra.*) peut permettre de combler les lacunes de l'Etat dans ces

¹ La gouvernance peut être définie comme le « processus de coordination d'acteurs, de groupes sociaux, qui ne sont pas tous étatiques, ni même publics pour atteindre des buts propres discutés et définis collectivement dans des environnements fragmentés et incertains ». J. Commaille et B. Jobert, « Introduction. La régulation politique : l'émergence d'un nouveau régime de connaissance » dans *Les métamorphoses de la régulation politique*, sous la dir. De J. Commaille et B. Jobert, Paris, LGDJ, 1998, p. 28, cité par F. Ost et M. van de Kerchove, *De la pyramide au réseau ? Pour une théorie dialectique du droit*, Bruxelles, 2002, p. 29.

² B. Eberlein, K. W. Abbott, J. Black, E. Meidinger et S. Wood, « Transnational business governance interactions: Conceptualization and framework for analysis », *Regulation and Governance* 8, 2013, p. 1.

³ Eberlein, *ibidem*, p. 3.

⁴ *Ibidem*.

⁵ Comme la fiscalité ou les aides financières. S. Maljean-Dubois et J. Bourrinet, « L'outil économique en droit international et européen de l'environnement » dans *Le Monde européen et international*, Paris, la documentation française, 2002, p. 20.

⁶ Maljean-Dubois, *ibidem.*, p. 366.

⁷ Comme le dit le portail belge des écolabels, peut-être de manière un peu maladroite, « un label doit être plus fort que la législation », <https://www.ecolabel.be/fr/consommateurs/les-autres-labels> consulté le 17 Juin 2018.

⁸ C. Lepage, « Les véritables lacunes du droit de l'environnement », *Pouvoirs*, 2008/4 (n° 127), p. 129 ; Y. Petit, « Le droit international de l'environnement à la croisée des chemins : globalisation versus souveraineté nationale », *Revue juridique de l'environnement*, 2011/1, p. 50.

deux domaines en utilisant les forces du marché⁹. Par exemple, dû au manque de règles internationales obligatoires en ce qui concerne la surpêche, certaines entités ont mis sur pied des écolabels pour tenter de résoudre le problème d'épuisement des ressources poissonnières¹⁰.

Cette forme de régulation volontaire peut être considérée comme un glissement (« shift ») de la régulation étatique, affaiblie¹¹ vers les nouvelles forces du marché. Toutefois, il est important de noter que nous voyons l'utilisation d'outils économiques comme compléments à une politique juridique. Nous considérons que la labellisation doit être vue comme un complément à une politique réglementaire et ne doit donc en aucun cas remplacer l'exercice réglementaire environnemental et/ou social¹². En effet, un système de labellisation ne peut pas par lui-même régler la question environnementale ni sociale, par ailleurs¹³. Le label ainsi que les critères environnementaux et sociaux qu'il promeut peuvent être le premier pas vers une régulation étatique plus poussée¹⁴ étant donné que les standards requis exigent des performances supérieures à la réglementation étatique¹⁵. Le label peut conduire théoriquement à élever les standards minimaux en instaurant un standard minimum plus strict. Ce faisant, il expulserait du marché les produits¹⁶ qui ne répondent pas aux exigences du label¹⁷ et agirait comme outil du changement¹⁸ avec les consommateurs comme acteurs dynamiques de ce dernier.

Le label est un incitant dans la mesure où le consommateur, par ses choix de consommation, peut influencer sur les stratégies commerciales des entreprises. L'importance accordée par le consommateur est donc potentiellement facteur de changement et le place en acteur du changement¹⁹. En effet, le consommateur, par ses choix de consommation durable, est à même d'« embrayer la mécanique »²⁰ vers une société plus durable

⁹ A. Marx, « Varieties of legitimacy: a configurational institutional design analysis of eco-labels », *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 2013, p. 269.

¹⁰ M. Moye A. P., « Private certification versus public certification in the international environmental arena: the marine stewardship council and marine eco-label Japan fisheries certification schemes as case studies », *Vand. J. Transnat'L.*, 2010, p. 533.

¹¹ T. M. Smith et M. Fischlein, « Rival private governance network: competing to define the rules of sustainability performance », *Global Environmental Change*, 2010, p. 511.

¹² C. Erkişson, « Can green consumerism replace environmental regulation? A differentiated products example », *Resource and energy economics*, 2004, p. 282; C. Boemare et J.-C. Hourcade, « Les instruments économiques au service de l'environnement : une efficacité mal comprise », *Les Cahiers français: documents d'actualité*, 2005, p. 7.

¹³ K. Forstbauer et J. Parker, « The role of ecolabeling in sustainable forest management », *J. Env't. L. & Litig.* 165, 1996, p. 187.

¹⁴ Bratt C., Hallstedt S., Robert K.-H., Broman G. et Oldmark J., « Assessment of eco-labelling criteria development from a strategic sustainability perspective », *Journal of Cleaner Production*, 2011, p. 1632.

¹⁵ N. Dudley, « Timber trade: certification and monitoring », *World Wildlife Fund United Kingdom Report*, 1995, p. 3, cité par K. Forstbauer et J. Parker, *op. cit.*, p. 166.

¹⁶ Dans le cadre de ce mémoire, le terme « produit » englobe également les services.

¹⁷ D. Brécard, « Consumer confusion over the profusion of eco-labels: Lessons from a double differentiation model », *Resource and Energy Economics*, 2014, p. 79; T. John, « Promoting "green" consumer behavior with eco-labels » dans *New Tools for Environmental Protection* sous la dir T. Diez et P. C. Sterns (eds.), Washington DC, National academy press, 2002, pp. 83-84.

¹⁸ G. Grolleau, L. Ibanez, N. Mzoughi et M. Teisi, « Helping eco-labels to fulfil their promises », *Climate policy*, 2016, p. 799.

¹⁹ A. R.W. Jones et G. Williams, « Perceptions of fair trade labelling and certification: three case studies », *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 2012, p. 251.

²⁰ Le consommateur informé ou « la locomotive du changement économique », Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen et au Comité économique et social européen, « Stratégie communautaire en matière de politique des consommateurs pour la période 2007-2013 - Responsabiliser le consommateur, améliorer son bien-être et le protéger efficacement », COM (2007) 99 final, p. 2.

en influant sur les décisions de production²¹. Ainsi, ses choix de consommation durable²² exercent une pression sur le producteur qui devra intégrer les préférences du consommateur dans son processus de production²³. Par conséquent, le succès des éco-labels (voir *infra.*) ou *a fortiori* les labels sur le développement durable dépend de la volonté des consommateurs à acheter les produits labellisés²⁴. Les entreprises y retrouvent aussi leur compte, en ce que les labels peuvent leur donner un avantage compétitif par rapport aux autres entreprises ne labellisant pas²⁵. Dangelico (2017) identifie d'autres facteurs incitatifs comme l'attente d'une meilleure réputation au sein du marché, une meilleure qualité des produits, les bénéfices provenant du marché vert²⁶ ou la possibilité de se créer des opportunités d'innovations²⁷. Il a été démontré de nos jours que les consommateurs portent plus d'importance aux problématiques sociales et environnementales²⁸, facteur qui est, d'ailleurs, à l'origine de l'écolabellisation²⁹. En effet, il existe une volonté plus grande d'acheter des produits éco-labellisés³⁰ et les consommateurs réagissent à ces derniers³¹. Par exemple, les produits labellisés bénéficieraient même d'une désirabilité intrinsèque, leur donnant une meilleure réputation auprès des consommateurs³².

²¹ Bratt, *op.cit.*, p. 1632. Voir aussi, N. Langen et D. Jansens, « The bunch of sustainability labels- Do consumers differentiate? », *Journal of Cleaner Production*, 2017, p. 1234, dans lequel le consommateur est considéré comme la clé pour une consommation durable.

²² Il a été prouvé qu'autant les aspects environnementaux que sociaux sont des facteurs à l'achat d'un produit. J. Cerri, F. Testa et F. Rizzi, « The more I care, the less I listen to you: how information, environmental concern and ethical production influence consumers' attitudes and the purchasing of sustainable products », *Journal of Cleaner Production*, 2018 p. 350; J. Shao, M. Taisch et M. O. Mier, « Influencing factors to facilitate sustainable consumption: from the experts' viewpoints », *Journal of Cleaner Production*, 2017, p. 203.

²³ F. Testa, F. Iraldo, A. Vacan et E. Ferrari, « Why Eco-labels can be effective marketing tools: evidence from a study on Italian consumer », *Bus. Strat. Env.*, 2015, p. 252.

²⁴ Moye, *op. cit.*, p. 555.

²⁵ R. M. Dangelico, « What drives green product development and how do different antecedents affect market performance? A survey of Italian companies with Eco-labels », *Business Strategy and the Environment*, 2017, p. 1145; E. Sutter, « Certification et labellisation : un problème de confiance. Bref panorama de la situation actuelle », *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2005/4, p. 284.

²⁶ Les recherches tendent à prouver que les consommateurs sont prêts à payer plus pour les produits certifiés. Voir à ce sujet, K. B. Maguire, N. Owens et N. B. Simon, « The price premium for organic babyfood: a hedonic analysis », *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 2004, p. 147 ; S. Dekhili et M. A. Achabou « Pertinence d'une double labellisation biologique/écologique auprès des consommateurs : une application au cas des œufs », *Economie rurale*, juillet-août 2013, p. 43.

²⁷ Dangelico, *op. cit.*, p. 1145.

²⁸ Testa, *op. cit.*, p. 261 nous révèle qu'en cas de conscience environnementale généralisée, les consommateurs sont affectés par l'impact sur l'environnement des produits qu'ils vont acheter. 94% des européens interrogés pensent que la protection de l'environnement est importante, et 56% parmi eux la considèrent comme de la plus haute importance. Ces chiffres proviennent du Special Eurobarometer 468, « Attitudes of European citizens towards the environment », Summary 2017, p. 4.

²⁹ Global Ecolabelling Network (GEN), « Introduction to ecolabelling », 2004, p. 3.

³⁰ A. Yenipazarli, « The economics of eco-labeling: Standards, costs and prices », *Int. J. Production Economics*, 2015, p. 283; E. Fraj et E. Martinez "Environmental values and lifestyles as determining factors of ecological consumer behaviour: an empirical analysis», *Journal of Consumer Marketing*, 2006, p. 141.

³¹ M. F. Teisl, B. Roe et R. L. Hicks, « Can Eco-labels tune a market? Evidence from dolphin-safe labelling », *Journal of Environmental Economics and Management*, 2002, p. 339.

³² P. Sörqvist et al., « The green halo: Mechanisms and limits of the eco-label effect », *Quality and Preference*, 2015, p. 8.

Il apparaît déjà nécessaire de préciser que l'objectif promis de la labellisation est de fournir l'information au consommateur³³ et ainsi, lui donner les outils qui lui permettront de prendre des choix de consommation responsables³⁴ en fonction de ses idéaux ou de sa politique de consommation. Ainsi, la labellisation permet de réduire (voire éradiquer) l'asymétrie informationnelle régnant entre le producteur et le consommateur³⁵. Cela permet d'éviter que cette asymétrie ne mène à ce que les produits plus performants (comprendre au niveau social et environnemental) ne soient délaissés pour des produits moins performants³⁶. Bien que ce mémoire se concentre en grande partie sur la relation entre le consommateur et la labellisation s'inscrivant dans le droit de la consommation, il apparaît cependant intéressant d'adresser la relation qu'entretiennent les autorités publiques dans l'exécution de leurs politiques publiques avec la labellisation. Une illustration de cette relation est l'utilisation des labels dans les marchés publics (voir *infra*. Partie IV, section 2§4 sur les utilités d'un label sur le développement durable).

La labellisation s'inscrit dans trois perspectives différentes selon les acteurs en jeu. Pour les consommateurs, il s'agit d'un outil d'identification et d'information³⁷, alors qu'il s'agit d'un instrument de « reconnaissance » des propriétés environnementales et sociales du point de l'entreprise pouvant s'inscrire dans une stratégie de différenciation³⁸. De sa nature essentiellement volontaire, les labels sont des outils appréciés des économistes d'une part, en ce qu'ils permettent d'informer le marché (englobant les consommateurs) d'attributs cachés d'un produit en question³⁹ ; nourrissant ainsi le fantasme informationnel. D'autre part, ce sont des instruments qui s'inscrivent dans une logique de marché, où ce dernier permet de révéler le potentiel environnemental des produits, et qui évitent également les écueils et les insuffisances associés aux normes obligatoires⁴⁰. D'un point de vue du décideur politique, le label est considéré comme un facteur d'innovation pouvant donner lieu à terme à une réglementation plus poussée⁴¹. La labellisation apparaît également moins chère et peut être gérée par des institutions indépendantes⁴².

Ce papier est divisé en trois parties. La première partie vise à préciser les notions de certification et de label (II). La deuxième partie analyse plus spécifiquement la structure institutionnelle d'un label et élabore les

³³ Marx, *op. cit.*, 2013, p. 283; F. Rubik, D. Scheer, E. Sto et P. Strandbakken, « Background theoretical contributions, eco-labels and environmental policy » dans *The future of Eco-labelling: Making environmental product information system more effective* sous la dir. De F. Rubik, P. Frankl (eds.), Greenleaf publishing, 2005, p. 29.

³⁴ M. Bleda et M. Valente, « Graded eco-labels: a demand-oriented approach to reduce pollution », *Technological Forecasting & Social Change*, 2009, p. 512.

³⁵ J. L. Lusk, T. Nilsson et K. Foster, « Public preferences and private choices: effect of altruism and free riding on demand for environmentally certified pork », *Environmental & Resource Economics*, 2007, p. 500; C. F. Mason, « An economic model of ecolabeling », *Environmental modeling and assessment*, 2006, p. 131.

³⁶ F. Testa, *op. cit.*, p. 254.

³⁷ Bratt, *op. cit.*, p. 1632.

³⁸ A. De Chiara, « Eco-labeled products: trend or tools for sustainability strategies? », *J. Bus Ethics*, 2016, p. 163; Y.-S. Chen et C.-H. Chang, « Greenwash and green trust: the mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk », *J. Bus Ethics*, 2013, p. 489.

³⁹ W. Nimon et J. Beghin, « Are eco-labels valuable? Evidence from the apparel industry », *Amer. J. Agr. Econ.* 1999, p. 802.

⁴⁰ *Ibidem*.

⁴¹ Bratt, *op. cit.*, p. 1632.

⁴² Grolleau, *op. cit.*, p. 794.

conditions nécessaires à la création d'un label efficace (III). La dernière partie (IV), quant à elle, élucide la possibilité de création d'un label européen unique sur le développement durable. Cette partie nous donne également la possibilité d'examiner l'inclusion d'un système normatif, souvent privé, dans l'exercice de la puissance publique à travers le mécanisme de marché public.

II. Précisions des notions de certification et de label

Section 1 : Introduction

Cette partie a pour but de jeter les bases d'une discussion plus spécifique portant sur le label. Le label étant un outil ayant recours à la certification, il est important de comprendre les principes sous-jacents d'un tel mécanisme. En effet, la certification n'est qu'un outil parmi d'autres pour assurer la transmission d'informations vérifiées auprès du consommateur. Celle-ci se base sur le postulat qu'un consommateur bien informé peut influencer sur le marché en dictant ses préférences (*supra*. Introduction). Renier ce postulat équivaut à renier les apports de la certification et de la labellisation. Accepter ce postulat n'empêche pas de mettre en garde que la simple information ne serait qu'une condition nécessaire mais non suffisante de l'effectivité d'un système de certification⁴³. Cette influence sur le marché pourrait se traduire par le respect croissant des acteurs économiques présents sur le marché des normes environnementales et sociales, participant, de ce chef, à une certaine effectivité du droit via les mécanismes de marché (*supra*. Introduction).

Ainsi d'autres éléments, tels que la sociologie du consommateur⁴⁴ ou des éléments économiques, peuvent expliquer le succès d'un système de certification ou, au contraire, son inefficacité. Ce papier n'adresse pas de manière exhaustive le problème de la sociologie du consommateur. Bien que ne sous-estimant pas l'importance de la sociologie du consommateur dans cette thématique (sa sensibilité à l'environnement qui viendrait de son éducation, de son expérience de vie ou encore de sa situation familiale)⁴⁵, le consommateur étant l'un des plus importants - si ce n'est le plus important - acteurs dans un système de labellisation. Ce mémoire tente au contraire d'objectiver un système ayant les qualités nécessaires d'assurer crédibilité et efficacité auprès de ce dernier. Cela étant dit, il nous paraît impossible de ne pas prendre en compte cette dimension lors de l'étude d'un système de labellisation. Cependant, cette dimension restera secondaire mais fera quand même l'objet d'une section distincte (voir *infra*. Partie III). Nous n'analyserons pas non plus les éléments économiques qui peuvent influencer la réussite d'un label. Ainsi, nous n'étudierons pas dans quelle

⁴³ Grolleau, *ibidem.*, p. 795; K. G. Grunert, S. Hieke et J. Wills, « Sustainability labels on food products: consumer motivation, understanding and use », *Food Policy*, 2014, p. 188.

⁴⁴ Ainsi les femmes sont plus susceptibles d'être concernées par les problèmes de durabilité. Il en va de même pour les personnes âgées, les classes sociales plus élevées ou les personnes « plus éduquées ». Grunert, *ibidem.*, p. 183.

⁴⁵ La femme mariée avec un enfant serait le consommateur le plus enclin à adopter une consommation verte. M. Laroche, J. Bergeron et G. Barbaro-Forleo, « Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products », *J. Consum. Market.*, 2001, p. 503.

mesure le pouvoir d'achat du consommateur, le prix de la certification ou le prix du produit influencent l'achat des produits labellisés⁴⁶.

Nous allons procéder en étudiant en premier lieu la certification (S2 §1) et par qui celle-ci s'opère (S2 §2). Ensuite, nous précisons ce que nous entendons par la notion de label (S3 §1). Bien qu'il n'y ait aucune règle juridique contraignante en ce qui concerne la labellisation, nous mentionnerons les normes ISO qui, bien que volontaires, reflètent une importance particulière en la matière (S3 §2). Nous classifions ensuite les différents types de labels (S3 §3) pour terminer par les différents enjeux de la labellisation (S3 §4).

Section 2 : Certification

§1 : Notion

La certification peut être définie comme « *l'intervention d'une tierce partie, indépendante et neutre, avant la mise sur le marché d'un produit ayant pour but d'examiner le produit ou le service par rapport à des spécifications identifiées par le fabricant, le client ou la réglementation et d'attester que le produit est en conformité avec celles-ci* » (souligné par nos soins)⁴⁷. Ainsi, la spécification se fait par rapport à des spécifications techniques, étant soit celles du fabricant, soit celles d'instituts de normalisation ou soit celles d'accords réglementaires ou internationaux⁴⁸. La certification s'opère sur le produit ET sur le processus de production⁴⁹. Lorsqu'il sera fait mention d'un système de certification dans la Partie III, celle-ci devra être entendue en ce qu'elle doit vérifier le produit ainsi que le processus. En effet, nous verrons que les considérations sociales et environnementales sont des propriétés qui ne sont pas observables par le consommateur (voir *infra*. Section 3 §4 enjeux du label). La vérification sur le processus de production se traduira par une analyse du cycle de vie du produit (ACV), qui semble, d'ailleurs, inévitable dans une réalité où les chaînes de production sont composées de nombreux maillons⁵⁰. Cette analyse de la chaîne de production est essentielle, étant donné qu'une chaîne n'est pas plus forte que son maillon le plus faible.

La certification au sein d'un système de labellisation, s'inscrit, comme nous l'avons déjà précisé dans l'introduction, dans une stratégie informationnelle du consommateur sur les conditions sociales et environnementales de production d'un produit ou d'un service. Cette stratégie informationnelle possède

⁴⁶ L'étude d'Aguilar et Cai (2010) suggère que les personnes avec un revenu supérieur sont plus susceptibles d'acheter des produits labellisés : F. X. Aguilar et Z. Cai, « Conjoint effect of environmental labeling, disclosure of forest of origin and price on consumer preferences for wood products in the US and UK », *Ecological Economics*, 2010, pp. 308-316. Néanmoins, d'autres études tendent à montrer que les personnes avec des revenus supérieurs (>3000euros) apparaissent moins réticents à acheter des produits non-labellisés, surtout lorsqu'ils proviennent d'une marque qui leur sont connue, S. Dekhili et M. A. Achabou, « Ecolabeling brand strategy: independent certification versus self-declaration », *European Business Review*, (2014) p. 321.

⁴⁷ J. McMillan, « La certification des produits et des services dans l'Union Européenne », *J. D. E.*, 2013, p. 134. Pour une définition similaire, voy. à ce sujet E. Auriol et S. G. M. Schilizzi, « Quality signaling through certification in developing countries », *Journal of Development Economics*, 2015, p. 106. Ces auteurs définissent la certification comme étant « *le processus par lequel le niveau d'une propriété inobservable est révélé au consommateur à travers un système de labellisation, habituellement par une partie tierce* » (traduction libre faite par nos soins de « process by which an unobservable quality of a product is made known to the consumer through a labelling scheme, usually by an independent party »).

⁴⁸ McMillan, *ibidem*, p. 137.

⁴⁹ Auriol, *op. cit.*, p. 106.

⁵⁰ S. Lavallée et K. Barentsein, « La régulation et l'harmonisation internationale des programmes d'écolabels sur les produits et les services », *R.I.D.E.*, 2004/1, p. 71.

d'autres cordes à son arc que la certification dans le but d'informer le consommateur. Ainsi, l'OCDE, acteur de promotion des outils économiques dans les politiques environnementales⁵¹, identifie quatre stratégies majeures informationnelles⁵²:

- Certification et labellisation ;
- Rapports d'entreprise ;
- Guides du consommateur ;
- Marketing d'entreprise.

Ainsi, la certification et la labellisation ne sont que des outils parmi d'autres pour assurer l'information auprès du consommateur au sein du milieu de la consommation et réduire l'asymétrie d'information⁵³ afin d'éviter l'écoblanchiment⁵⁴. Dès lors, il est important de bien comprendre que la certification fait partie d'un système informationnel et de ce fait, n'a pas la vocation d'atteindre par elle-même la quintessence informationnelle. Cela étant dit, nous considérons néanmoins que la certification (à travers la labellisation) est un élément essentiel dans un système économique concurrentiel pour révéler les propriétés environnementales et sociales d'un produit. D'autant plus que la certification est souvent considérée comme fiable aux yeux des consommateurs⁵⁵.

§2 : Qui opère la certification ?

Cette question est résolue au sein du système de labellisation. La certification peut être l'œuvre des autorités publiques, de personnes privées indépendantes ou encore de l'entreprise elle-même. Nous analyserons dans la partie III quel système de certification s'inscrit parfaitement dans un système de labellisation, notre préférence allant pour un système de certification tierce et indépendante. En effet, il a déjà été prouvé que la tierce certification est vue par les consommateurs comme plus fiable⁵⁶.

Section 3 : Label

§1 : Contour de la notion

Venons-en à la notion de label. Ce dernier est un mot d'origine anglaise défini par le dictionnaire Larousse comme l'« *étiquette ou marque spéciale créée par un syndicat professionnel et apposée sur un produit destiné*

⁵¹ S. Maljean-Dubois, *op. cit.*, p. 11.

⁵² OCDE, « CSR and trade: informing consumers about social and environmental conditions of globalized production », TD/TC/WP (2006)17/ FINAL, p. 2.

⁵³ J. A. Caswell et D. I. Padberg, « Toward a more comprehensive theory of food labels », *American Journal of Agricultural Economics*, 1992, p. 461.

⁵⁴ I. E. Nikalaou et L. Kazantzidis, « A sustainable consumption index/label to reduce information asymmetry among consumers and producers », *Sustainable Production and Consumption*, 2016, p. 51. L'écoblanchiment (ou « greenwashing ») est défini comme « l'acte de tromper les consommateurs concernant les pratiques environnementales d'une entreprise ou les bienfaits environnementaux d'un produit ou d'un service » (traduction libre faite par nos soins de « act of misleading the consumers regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service »), UNOPS, « A guide to environmental labels – for procurement practitioners of the United Nations System », 2009, p. 27.

⁵⁵ 74% des consommateurs font confiance aux informations certifiées par une partie indépendante, l'on est à 71% lorsque les informations proviennent du vendeur lui-même. Ces chiffres concernent le marché du poisson et de l'aquaculture en Europe. Special EuroBarometer 450, « EU consumer habits regarding fishery and aquaculture products », Summary 2016, p. 27.

⁵⁶ Nikolaou, *op. cit.*, p. 54.

à la vente, pour en certifier l'origine, en garantir la qualité et conformité avec les normes de certification »⁵⁷. Il regroupe toutes « mentions, indications, marques de fabrique ou de commerce, images ou signes figurant sur tout emballage, document, écriteau, étiquette, bague ou collerette accompagnant un produit »⁵⁸. Bien que les définitions semblent claires, il n'en reste pas moins un brouillard au niveau de la pratique quant à son utilisation. Le mot « label » n'emporte aucune normativité par lui-même. En effet, il n'est devenu ni plus ni moins qu'un mot usuel emportant la signification de « signe ». Ainsi, l'accent est mis sur le contrôle de la présentation de l'information spécifique au consommateur par une tierce partie. Le label, tel que nous le concevons, s'entend comme « tout signe de qualité certifié par un tiers intervenant de confiance vérifiant le respect par rapport à des spécifications contenues dans le cahier des charges ». Pour obtenir la labellisation, il faut donc un système de certification.

Maintenant que la notion de label est tracée, il s'agit de distinguer le label d'un nom de marque ainsi que des standards de qualité minimum. Ces derniers, comme leur nom le sous-tend, sont des standards de qualité minimum, là où le label reflète des spécifications de haute qualité⁵⁹. Si la qualité minimum n'est pas respectée, le produit devra être retiré du marché⁶⁰. Si le produit labellisé est contrôlé comme ne respectant pas les spécifications de haute qualité, l'entreprise commercialisant le produit sera toujours autorisée à mettre le produit sur le marché sans le label. Néanmoins, le produit devra évidemment respecter les standards de qualité minimum.

La distinction d'un label avec une marque ne paraît pas à première vue chose aisée. Tous les deux sont des signes distinctifs⁶¹. La marque peut être définie comme « le signe appliqué à un objet à l'effet d'identifier cet objet pour permettre au public de le reconnaître »⁶². Il faut distinguer la marque individuelle de la marque collective. La marque individuelle est définie comme « tout signe, ou toute combinaison de signes, propre à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises »⁶³. Elle a donc essentiellement une fonction d'identification⁶⁴. La marque collective, que l'on retrouve au niveau du Benelux, est définie comme « signes ainsi désignés lors du dépôt et servant à distinguer une ou plusieurs caractéristiques communes de produits ou services provenant d'entreprises différentes, qui utilisent la marque sous le contrôle du titulaire »⁶⁵ (souligné par nos soins). Cette dernière se distingue de la marque individuelle

⁵⁷ Issu du dictionnaire Larousse disponible sur <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/label/45761?q=label#45699>, Consulté le 3 juin 2018.

⁵⁸ Article 4, 1) du Règlement (CEE) No 2092/91 du Conseil du 24 juin 1991 concernant le mode de production biologique de produits agricoles et sa présentation sur les produits agricoles et les denrées alimentaires, *J.O.*, L 198 du 22 juillet 1991.

⁵⁹ O. Bonroy et Constantos C., « On the economics of labels: how their introduction affects the functioning of markets and welfare of all participants », *Amer. J. Agr. Econ.*, 2005, p. 240.

⁶⁰ *Ibidem*.

⁶¹ D. Kaesmacher, *Les droits intellectuels*, Bruxelles, Larcier, 2^e édition, 2013, p. 157.

⁶² P. Mathély, « Le droit français des signes distinctifs », *Librairie du Journal des notaires et des avocats*, Paris, 1984, p. 90.

⁶³ Accord relatif aux aspects des droits de propriété de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, y compris le commerce des marchandises de contrefaçon (dit « Accord ADPIC ») conclu dans le cadre de l'Accord de Marrakech du 15 avril 1994 instituant l'Organisation mondiale du commerce, article 15 al. 1.

⁶⁴ Kaesmacher, *op. cit.*, p. 160.

⁶⁵ Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle, *M.B.*, 13 Juillet 2013, art 2.34 al. 1.

« *par sa fonction (de garantie) plutôt que par sa nature* »⁶⁶. Le label tel que nous l’entendons partage donc des caractéristiques communes avec la marque collective. Une marque collective peut être considérée comme un label (tel que nous l’avons défini) mais tout label n’est pas une marque collective, et toute marque collective n’est pas un label. En effet, « *la marque ne garantit pas la qualité* »⁶⁷. La marque se différencie également car elle bénéficie d’une protection juridique spécifique liée au droit des marques. La protection est limitée pour le label « *dans la mesure où le groupement ayant obtenu l’autorisation d’usage dudit label ne pourra pas empêcher de nouveaux producteurs d’utiliser ce label si, bien sûr, ces derniers respectent le cahier des charges y relatif* »⁶⁸. Ainsi, le label n’est pas la propriété exclusive de l’utilisateur. Finalement, les deux peuvent être complémentaires. Rien n’empêche l’utilisateur d’une marque collective de labelliser ses produits.

En guise de conclusion, le label est donc un signe de qualité, certifié par un tiers indépendant, assurant le respect de spécifications techniques. L’on a vu son rapport avec les standards de qualité minimaux et les marques. Tandis que le premier ne pose pas difficulté, la relation du label avec la marque peut sembler plus complexe. Toutefois, cette difficulté peut être surmontée selon la définition et la normativité que l’on attribue au label. En effet, le mot « label » ne contient aucune normativité par lui-même. C’est l’acte juridique l’introduisant qui lui procurera la normativité requise. Ainsi, si le label est en fait une marque collective, celui-ci sera régi par les dispositions réglementant les marques collectives. Si le label est établi par la loi, celui-ci aura force de loi. Si le label est d’initiative privée sans être pour autant sous la forme d’une marque, ce label devra respecter les réglementations concernées du droit commun (par exemple, le code de droit économique, le droit d’auteur, le droit des obligations contractuelles, etc). Par conséquent, une marque peut être considérée comme un label si elle remplit les critères de signe de qualité, certification tierce et indépendante sur un ensemble de certifications techniques.

§2 : Les normes ISO

Aucune règle contraignante n’existait sur la structure d’un système de labellisation⁶⁹, l’Organisation Internationale de Normalisation (ISO pour « International Organization for Standardization ») tient une influence particulière dans le domaine de la labellisation. Les normes ISO représentent un consensus mondial⁷⁰. De nature volontaire, elles « *fournissent aux gouvernements et à la société dans son ensemble des outils concrets pour les trois volets – économique, environnemental et sociétal – du développement durable* »⁷¹. Par exemple, ISO : 14020 « *fournit aux entreprises un ensemble de (...) référentiels*

⁶⁶ Kaesmacher, *op. cit.*, p. 215.

⁶⁷ Kaesmacher, *ibidem.*, p. 160.

⁶⁸ D. Dressard en collaboration avec D. Dessard et J. Tricot, « Les labels de qualité belges et communautaires sans critères d’origine » dans *Les droits intellectuels* sous la direction scientifique de D. Kaesmacher, Bruxelles, Larcier, 2E édition, 2013, p. 275.

⁶⁹ M. Klintman, « A Review of Public Policies relating to the Use of Environmental Labelling and Information Schemes (ELIS) », *OECD Environment Working Papers*, No. 105, OECD Publishing, Paris, 2016, p. 25.

⁷⁰ Organisation Internationale de Normalisation (ISO), « Les étiquettes et déclarations environnementales – La contribution des normes ISO », Octobre 2012, p.2, disponible sur <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/fr/environmental-labelling.pdf>.

⁷¹ *Ibidem.*

internationaux qui leur permettent de préparer l'étiquetage environnemental de plus en plus appliqué sur les produits »⁷². Cette norme distingue trois types de label.

Le premier type, dit « type I » (ou étiquetage environnemental de Type I⁷³) concerne les labels développés par un tiers, octroyés via le respect d'un ensemble d'exigences⁷⁴. La norme érige certains principes qui doivent être respectés, à savoir :

- La nature volontaire des programmes⁷⁵ ;
- La conformité à tout texte normatif ayant une incidence en la matière⁷⁶ ;
- Prendre l'ensemble des étapes du cycle de vie du produit⁷⁷ ;
- Les critères doivent permettre de différencier un produit favorable pour l'environnement d'un produit qui ne l'est pas⁷⁸.

La norme 14024:2018 « établit les principes et les procédures pour l'élaboration de programmes de label environnemental de type I. [Elle] établit également les procédures de certification pour l'attribution du label »⁷⁹ (souligné par nos soins). Dans cette catégorie, l'on retrouve également la présence du « Global Ecolabelling Network » (GEN) qui est une organisation internationale s'attachant à « améliorer, promouvoir et développer l'éco-étiquetage des produits et services à l'échelle mondiale »⁸⁰. D'abord un forum d'échange, cette organisation a évolué et supporte maintenant également les programmes de labellisation environnementale⁸¹. Nordic Swan, l'écolabel Européen ou encore la « Japanese eco-mark » sont des exemples de label « de type I ». Ces labels de « type I » sont considérés comme les plus crédibles et dignes de confiance⁸².

Le « type II » (ou autodéclarations environnementales de Type II⁸³) est dévolu aux labels développés par le producteur lui-même⁸⁴. La norme ISO 14021 spécifie quelles sont les exigences que doivent rencontrer les autodéclarations⁸⁵. Ainsi, celles-ci se doivent d'être précises, étayées et vérifiées⁸⁶. Elles doivent être

⁷² *Ibidem*, p. 5.

⁷³ *Ibidem*, p. 7.

⁷⁴ G. Engels et U. Grubler, « Sustainable brands, eco-labels and the new EU certification mark », *Managing Intell. Prop.*, 2017, p. 90.

⁷⁵ Organisation Internationale de Normalisation, *op. cit.*, p. 16.

⁷⁶ *Ibidem*.

⁷⁷ *Ibidem*.

⁷⁸ *Ibidem*.

⁷⁹ Ces informations sont accessibles sur <https://www.iso.org/fr/standard/72458.html?browse=tc>, consulté le 10 juin 2018.

⁸⁰ Organisation Internationale de Normalisation, *op. cit.*, p. 20.

⁸¹ C. Fruntes, « Ecolabels- Important tools in developing a sustainable society. A global perspective », *Bulletin of the Transylvania University of Brasov*, 2014 p. 270.

⁸² *Ibidem*.

⁸³ Organisation Internationale de Normalisation, *op. cit.*, p. 7.

⁸⁴ Engels, *op. cit.*, p. 90.

⁸⁵ Ces dernières peuvent par exemple assurer que le caractère recyclable du produit ou encore que celui-ci est biodégradable : OCDE, « Environmental labelling and information schemes », 2016, p. 5.

⁸⁶ Organisation Internationale de Normalisation, *op. cit.*, p. 10.

formulées de manière à ne pas laisser place à des erreurs d'interprétation⁸⁷. Ce mémoire n'étudiera pas ce type de label en ce qu'il ne remplit pas la condition de tierce certification. Cette tierce certification nous semble indispensable dans un système de certification crédible et légitime.

Le « type III » (ou déclarations environnementales de Type III⁸⁸) concerne les outils de communication sur le cycle de vie du produit⁸⁹. Il consiste « *en un ensemble formalisé de données environnementales décrivant les aspects environnementaux d'un produit* »⁹⁰ établi sous forme de fiche. Nous ne mentionnerons pas non plus ce type d'évaluation « *qui est difficile à comprendre lorsqu'on se promène dans un supermarché* »⁹¹.

Les normes ISO sont donc des normes volontaires, reflétant un consensus mondial, pouvant être une source d'inspiration et de légitimation pour tout acteur voulant créer un système de labellisation.

§3 : Différentes sortes de label

L'on peut classer les différents labels de deux manières différentes. La première distinction s'effectue sur les différents contenus (a) tandis que la deuxième porte sur la nature et la construction institutionnelle du label (b). Il est à noter que cette théorisation s'effectue dans un cadre académique. D'autres classifications sont imaginables et possibles. Par ailleurs, les différentes classifications ne sont pas imperméables entre elles.

a) Différents contenus

Cette distinction s'effectue sur le contenu des standards faisant l'objet d'une labellisation. Celle-ci peut porter sur l'origine du produit (i), sur la qualité de celui-ci (ii) ou encore sur le processus de production de ce dernier (iii).

i) Quant à l'origine du produit

Les signes d'identification de l'origine géographique⁹² (SIQO)⁹³ regroupent notamment les appellations d'origine contrôlée (AOC)⁹⁴ et l'indication géographique protégée (IGP)⁹⁵. Ces deux labels sont destinés aux produits agricoles. L'AOC ainsi que l'IGP ont donc trait à une origine géographique bien précise.

⁸⁷ Organisation Internationale de Normalisation, *ibidem*, p. 11.

⁸⁸ Organisation Internationale de Normalisation, *ibidem*, p. 7.

⁸⁹ Engels, *op. cit.*, p. 90.

⁹⁰ Organisation Internationale de Normalisation, *ibidem*, p. 7.

⁹¹ Organisation Internationale de Normalisation, *ibidem*, p. 21.

⁹² B. Sylvander, L. Lagrange et C. Monticelli, « Les signes officiels de qualité et d'origine européens », *Economie rurale*, 2007, p. 7.

⁹³ Voir notamment le site officiel de l'institut national (français) de l'origine et de la qualité : <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO>, consulté le 11 juin 2018.

⁹⁴ Règlement (CE) n° 510/2006 sur les indications géographiques et appellations d'origine, *J.O.*, L 93 du 31 mars 2006. Le règlement définit, en son article 2,a), l'AOC comme étant « *le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire : a) originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays, et b) dont la qualité ou les caractères sont dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains, et c) dont la production, la transformation et l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée* » (souligné par nos soins).

⁹⁵ *ibidem*. Le règlement définit, en son article 2,2b), l'IGP comme étant « *le nom d'une région, d'un lieu déterminé ou, dans des cas exceptionnels, d'un pays, qui sert à désigner un produit agricole ou une denrée alimentaire : a) originaire de cette région, de ce lieu déterminé ou de ce pays, et b) dont une qualité déterminée, la réputation ou d'autres caractéristiques peuvent être attribuées à cette origine géographique, et c) dont la production et/ou la transformation et/ou l'élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée* » (souligné par nos soins).

ii) Quant à la qualité du produit

La spécialité traditionnelle garantie (STG)⁹⁶, l'agriculture biologique (AB)⁹⁷ et le label rouge (LR) sont, quant à eux, des labels qui ne sont pas liés à une origine géographique mais concernent la qualité des produits destinés à être consommés.

La spécialité traditionnelle est axée « *sur la composition ou le mode de fabrication du produit* »⁹⁸. Il n'y a donc aucun critère d'origine. Le produit traditionnel doit « *être produit à partir de matières premières traditionnelles, [ou] se caractériser par une composition traditionnelle ou par un mode de production et/ou de transformation correspondant à un type de production et/ou de transformation traditionnel* »⁹⁹.

L'agriculture biologique vise à instaurer un système de gestion durable pour l'agriculture et à produire des produits de haute qualité sans nuire à l'environnement¹⁰⁰. Pour ce faire, le règlement supporte une production biologique aux stades de production, de préparation et de distribution du produit¹⁰¹.

Le label rouge, quant à lui, garantit une qualité supérieure des produits qu'il labellise par rapport aux produits de même nature qui ne sont pas labellisés¹⁰².

iii) Quant au processus de production

Cette distinction comprend les écolabels et les labels sociaux, car les standards de ceux-ci ont trait à l'incidence environnementale et aux conditions sociales afférentes à l'ensemble du processus de production.

Les écolabels restent une réalité récente. Le plus ancien et le plus emblématique est l'écolabel allemand « Blue Angel » (1978)¹⁰³. Il s'agit d'un label volontaire, sponsorisé par le gouvernement allemand qui travaille en collaboration avec les ONG et les industries privées¹⁰⁴. L'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE) définit l'écolabel comme « *les symboles ou logos qui indiquent les caractéristiques environnementales globales du produit et/ou des conditions de production environnementales*¹⁰⁵ »¹⁰⁶. Le dictionnaire d'Oxford le définit similairement comme « *la pratique de fabrication d'un produit avec un label distinctif afin que les consommateurs sachent que leur fabrication est conforme à des standards*

⁹⁶ Règlement n° 509/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif aux spécialités traditionnelles garanties des produits agricoles et des denrées alimentaires, *J. O.*, L 93/1 du 31 mars 2006.

⁹⁷ Règlement n° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques, *J. O.*, L 189/1 du 20 juillet 2007.

⁹⁸ Dressard, *op. cit.*, p. 258.

⁹⁹ Article 4 al. 1 du règlement 509/2006 aux spécialités traditionnelles garanties.

¹⁰⁰ Article 3 al. 1,2 et 3 du règlement 834/2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques.

¹⁰¹ *Ibidem.*, article 2.

¹⁰² Pour plus d'informations, <https://www.labelrouge.fr/>, consulté le 11 juin 2018.

¹⁰³ Le site officiel du label est le suivant : <https://www.blauer-engel.de/en>, consulté le 12 juin 2018.

¹⁰⁴ S. P. Subedi, « Balancing international trade with environmental protection: international legal aspects of eco-labels », *Brook. J. Int'l L.*, 1999, p. 378.

¹⁰⁵ Traduit de l'anglais « symbols or logo that indicate overall environmental characteristics of the product and/or environmental conditions of production ».

¹⁰⁶ B. Fliess et al., « CSR and Trade: Informing consumers about social and environmental conditions of globalized production: part I », *OECD Trade Policy Papers* n° 47, OECD publishing Paris, 2007, p. 22.

environnementaux »¹⁰⁷. Ainsi, pour être qualifié d'écolabel, il faut que le système de labellisation édicte des spécifications environnementales. Néanmoins, comme le regrette l'UNEP (United Nations Environmental Program), le terme « écolabel » englobe des initiatives aux caractéristiques pouvant être bien diverses¹⁰⁸. Les possibilités sont donc bien multiples pour la création d'un écolabel. Nous discuterons des meilleures possibilités dans les parties III et IV. Conséquence de cette multitude de possibilités, il existe une multitude d'écolabels. Ecolabel index en recense près de 463 dans presque 200 pays du monde¹⁰⁹. L'écolabel qui retient notre attention est l'écolabel européen, d'abord instauré en 1992¹¹⁰. Il fut révisé une première fois en 2000¹¹¹ et une deuxième fois en 2009¹¹². Nous aurons l'occasion de revenir sur cet écolabel dans la partie IV (voir *infra*. Partie IV). Celui-ci servira de point de départ pour notre étude d'un label sur le développement durable.

Le label social est lié aux problématiques sociales¹¹³ mais inclut parfois des considérations environnementales¹¹⁴. Celui-ci a été défini par la Commission Européenne comme étant les « *mots ou symboles apposés sur un produit dont le but est d'influer sur la décision d'achat des consommateurs en apportant une garantie sur l'impact social et éthique d'un processus commercial sur les autres parties prenantes concernées* »¹¹⁵. Il n'existe pas de label social européen similaire au label écologique européen. En effet, celui-ci en est resté au stade des encouragements pour l'instant. En 2012, le Parlement Européen a initié une demande d'avis du Comité économique et social européen (CESE) sur la création d'un label social européen. Le CESE y répond par la prudence en exprimant le souhait qu'« *avant d'envisager l'instauration d'un nouveau label social européen, le CESE préconise de recenser de manière exhaustive les systèmes existants dans les différents États membres ainsi que les bonnes pratiques en la matière, et de tirer la leçon des échecs passés. Le CESE recommande dès lors d'améliorer plutôt les systèmes de label existants* »¹¹⁶.

¹⁰⁷ Traduction libre faite par nos soins de « *the practice of making products with a distinctive label so that consumers know that their manufacture conforms to recognized environmental standards* », Définition de l'écolabel du dictionnaire d'Oxford, , disponible via <https://en.oxforddictionaries.com/definition/eco-labelling> (consulté le 12 juin 2018). Pour une autre définition similaire, voy. à ce sujet T. Cooper « *Picture this: promoting sustainable fisheries through ecolabeling and product certification* », *Ocean & Coastal L.J.*, 2004-2005, p. 3, qui définit l'écolabel comme étant « *L'apposition d'un label sur un produit indiquant ses caractéristiques environnementales supérieures, pour informer le consommateur de ces caractéristiques et encourager la vente de ces produits* » (traduction libre faite par nos soins de « *the affixing of a label to a product indicating its superior environmental attributes, to inform the consumer of those attributes and encourage product sales* »).

¹⁰⁸ Par exemple, le caractère volontaire ou non de l'écolabel, sur une ou plusieurs problématiques sociales, environnementales ou les deux, sur un secteur d'activité ou multisectoriel. UNEP, « *The trade and environmental effects of ecolabels: assessment and response* », *United Nations Environment Program*, Paris, 2005, pp 3-4.

¹⁰⁹ Pour de plus amples informations, voir <http://www.ecolabelindex.com/>.

¹¹⁰ Règlement (CEE) n° 880/92 du Conseil du 23 mars 1992 concernant un système communautaire d'attribution de label écologique, *J.O.*, L 99/1 du 11 avril 1992.

¹¹¹ Règlement (CE) no 1980/2000 du Parlement européen et du Conseil du 17 juillet 2000 établissant un système communautaire révisé d'attribution du label écologique, *J.O.*, L 237/1 du 21 septembre 2000.

¹¹² Règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement Européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE, *J.O.*, L 27/1 du 30 janvier 2010.

¹¹³ UNOPS, « *A guide to environmental labels- for procurement practitioners of the United Nations System* », 2009, p. 32.

¹¹⁴ UNEP, *op. cit.*, p. 7.

¹¹⁵ Commission Européenne, « *Livre vert : Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises* », COM (2001) 366 final, p. 28.

¹¹⁶ Avis du Comité économique et social européen sur « *La création d'un label social européen* » (avis exploratoire), *op. cit.*, p. 1.

L'on distingue généralement les considérations sociales de celles du commerce équitable. Un exemple de label social concernant le commerce équitable reconnu est le label Fairtrade (Max Havelaar)¹¹⁷. Les considérations sociales se traduisent généralement en exigence de critères de commerce équitable, spécialement lorsqu'on parle de commerce avec les pays en voie de développement. Le commerce équitable a été défini par le FINE¹¹⁸ comme étant « *un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète* »¹¹⁹. Dans le cadre du label Max Havelaar, celui-ci se base sur la déclaration relative aux principes et droits fondamentaux du travail pour établir ses standards¹²⁰. Cette déclaration érige en droit fondamentaux :

« a) la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective ; b) l'élimination de toute forme de travail forcé ou obligatoire ; c) l'abolition effective du travail des enfants ; d) l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession »¹²¹.

L'on note également au niveau belge l'existence d'un label social national¹²². Les critères d'attribution de ce label se basent sur les normes émises par l'Organisation Internationale du Travail (OIT)¹²³. Ces normes comprennent notamment l'interdiction¹²⁴ et l'abolition¹²⁵ du travail forcé, la liberté syndicale et la protection du droit syndical¹²⁶, le droit d'organisation et de négociation collective¹²⁷, l'égalité de rémunération¹²⁸ et l'interdiction de discrimination¹²⁹ ainsi que l'âge minimum pour le travail des enfants¹³⁰ et l'interdiction de

¹¹⁷ Voir le site officiel belge, <http://fairtradebelgium.be/fr>.

¹¹⁸ Association de quatre organisations du commerce équitable comprenant « Fairtrade Labelling Organizations » (FLO), « Organisation Mondiale du Commerce Equitable » (OMCE), « European Fair Trade Association » (EFTA) et « Networks of European Worldshops » (NEWS).

¹¹⁹ Définition du commerce équitable du FINE (2001) disponible sur <http://www.commerceequitable.org/lecommerceequitable/definitions-cadres-legaux.html>, consulté 16 juin 2018.

¹²⁰ Déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail et son suivi, adoptée par la Conférence internationale du Travail à sa quatre-vingt-sixième session, Genève, 1998 (Annexe révisée le 15 juin 2010).

¹²¹ Déclaration de l'OIT, *ibidem.*, point 2.

¹²² Loi du 27 février 2002 visant à promouvoir la production socialement responsable, *M.B.*, 26 mars 2002. Ci-après dénommée « loi du 27 février 2002 ».

¹²³ Article 3§2 de la loi du 27 février 2002.

¹²⁴ Convention (n°29) concernant le travail forcé ou obligatoire, Genève 1930, entrée en vigueur le 1^{er} mai 1932 ; article 3§2, 1° de la loi du 27 février 2002.

¹²⁵ Convention (n° 105) concernant l'abolition du travail forcé, Genève 1957, entrée en vigueur le 17 mai 1959 ; article 3§2, 1° de la loi du 27 février 2002.

¹²⁶ Convention (n° 87) sur la liberté syndicale et la protection du droit syndical, San Francisco 1948, entrée en vigueur le 4 juillet 1950 ; article 3§2, 2° de la loi du 27 février 2002.

¹²⁷ Convention (n° 98) sur le droit d'organisation et de négociation collective, Genève 1949, entrée en vigueur le 18 juillet 1951 ; article 3§2, 3° de la loi du 27 février 2002.

¹²⁸ Convention (n° 100) sur l'égalité de rémunération, Genève 1951, entrée en vigueur le 23 mai 1953 ; article 3§2, 4° de la loi du 27 février 2002.

¹²⁹ Convention (n° 111) concernant la discrimination (emploi et profession), Genève 1958, entrée en vigueur le 15 juin 1960 ; article 3§2, 4° de la loi du 27 février 2002.

¹³⁰ Convention (n° 138) sur l'âge minimum, Genève 1973, entrée en vigueur le 18 juin 1976 ; article 3§2, 5° de la loi du 27 février 2002.

certaines formes de travail¹³¹. Ce label, attribué de manière volontaire¹³², n'a malheureusement pas reçu le succès escompté¹³³.

b) De différentes natures et constructions institutionnelles

À l'instar du système de certification, le système de labellisation peut être volontaire ou obligatoire. Le caractère volontaire ou obligatoire dépend de l'obligation ou non d'obtenir un label. Dans le cadre de ce mémoire, nous nous pencherons seulement sur les mécanismes de labellisation dit « volontaires », fréquents dans le milieu de la consommation. Cependant, nous verrons que dans le cadre de l'exercice de l'autorité publique, l'obtention d'un label peut s'avérer utile notamment dans le cadre de l'octroi d'un marché public (voir *infra*. Partie IV section §4 sur l'utilité d'un label sur le développement durable).

Les systèmes de labellisation peuvent être institués par trois acteurs différents, à savoir les firmes, l'état ou les ONG. Abbott et Snidal (2009) les nomment comme formant le « triangle de gouvernance »¹³⁴.

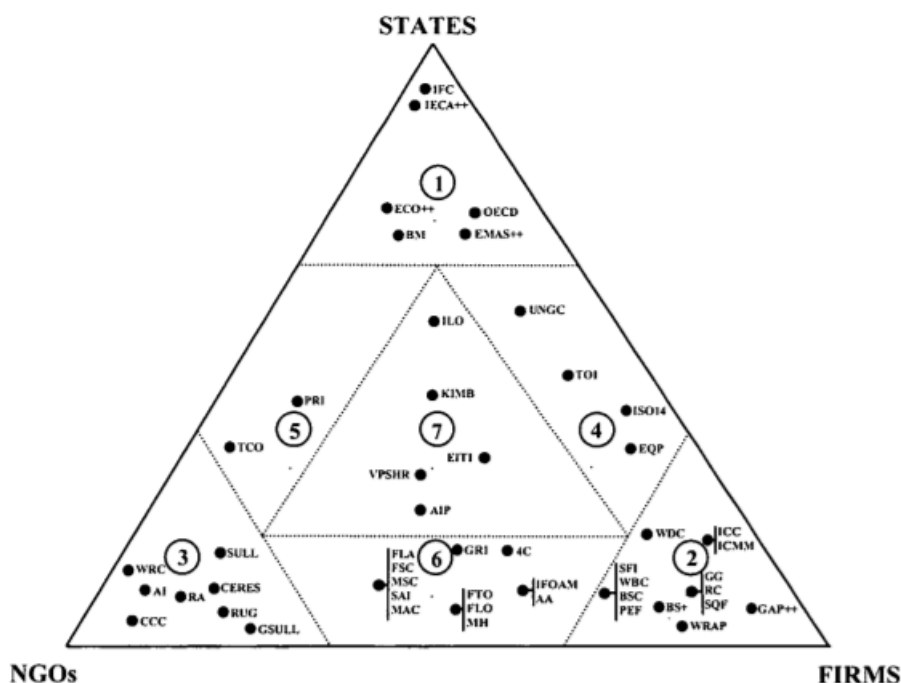


Figure 1: The Governance Triangle

Le tableau est divisé en trois différentes zones. La zone 1 regroupe les numéros 1,2 et 3. La zone 2 couvre les numéros 4, 5 et 6 tandis que le numéro 7 représente la zone 3. Chaque zone illustre le nombre d'acteur(s) (1

¹³¹ Convention (n° 182) sur les pires formes de travail des enfants, Genève 1999, entrée en vigueur le 19 novembre 2000 ; article 3§2, 5° de la loi du 27 février 2002.

¹³² Article 3§3 de la loi du 27 février 2002.

¹³³ M. Glorieux, « Le label social belge : une initiative à valeur d'exemple ? », *Reflets et perspectives de la vie économique*, 2009/4, p. 105.

¹³⁴ K. W. Abbott et S. Duncan, « Strengthening International Regulation through Transmittal New Governance: Overcoming the Orchestration Deficit », *Vand. J. Transnat'l L.*, 2009, p. 512.

pour la zone 1, 2 pour la zone 2 et 3 pour la zone 3) qui administre(nt) le système de gouvernance¹³⁵. Ce tableau qui théorise en première intention les différents systèmes de gouvernance peut tout à fait être transposé au cas des systèmes de labellisation.

Le label peut être considéré comme privé ou officiel selon l'acteur qui l'institue¹³⁶. Ainsi, il est considéré comme privé, si le label est institué par un ou plusieurs acteurs privés, l'autorité n'intervenant pas dans les spécifications techniques du label¹³⁷. En revanche, il est considéré comme officiel lorsque le label est créé et géré par des autorités publiques¹³⁸ (l'exemple par excellence au niveau européen est l'écolabel européen). Cependant, ce manichéisme privé/officiel n'épuise pas toutes les hypothèses offertes par « le triangle de gouvernance ». En effet, un système de labellisation « officiel » n'empêche pas que d'autres « stakeholders »¹³⁹, comme les ONG ou les entreprises, soient intégrés au système de labellisation. Cette question est intimement liée à celle des acteurs du système de labellisation. Un système de labellisation de zone 3 impliquera une gamme d'acteurs plus diversifiée qu'un système de labellisation de zone 1. Nous verrons ultérieurement qu'un système de labellisation de zone 3 est plus légitime que ceux des autres zones (*infra*. Partie IV section 4 sur les acteurs principaux d'un système de labellisation).

§4 : Enjeux du label

Comme il a déjà été explicité auparavant, tout l'enjeu du label réside dans l'identification par le consommateur de produits respectant certaines normes, fussent-elles sociales et/ou environnementales¹⁴⁰. Cette identification est fondamentale. En effet, il a été démontré que la difficulté de pouvoir différencier des produits dits « conventionnels » des produits dits « verts » (car respectant des normes environnementales avancées) était la raison principale de la retenue d'acheter les produits verts¹⁴¹. Pour comprendre cette difficulté de différenciation, il est nécessaire de se pencher sur la théorie économique de l'information. Selon cette dernière¹⁴², il existe trois différentes propriétés à un produit (à savoir, les propriétés accessibles par la recherche, obtenues par l'expérience ou celles de « croyance »¹⁴³)¹⁴⁴. La première propriété fait référence aux

¹³⁵ Abbott, *op. cit.*, p. 513.

¹³⁶ À noter que dans le schéma d'Abbott et Snidal, les NGOs couvrent « tous les acteurs sauf les firmes » : Abbott, *op. cit.*, p. 516.

¹³⁷ P. Nihoul et E. Van Nieuwenhuyze, « L'étiquetage des denrées alimentaires : une pondération réussie entre intérêts contradictoires », *J.D.E.*, 2012, p. 241.

¹³⁸ Nihoul, *ibidem.*, p. 241.

¹³⁹ Entendu comme « tout acteur détenteur d'enjeux dans une problématique visée ».

¹⁴⁰ La régulation par l'information fait partie de la troisième vague d'instruments œuvrant pour le développement durable. La première et deuxième vague étaient constituées de l'approche « command and control » et des taxes environnementales/permis négociables. Lavallée, *op. cit.*, p. 52.

¹⁴¹ Z. Cai, Y. Xie et F. X. Aguilar, « Eco-label credibility and retailer effects on green product purchasing intentions », *Forest Policy and Economics*, 2017, p. 207. Voir aussi dans le domaine alimentaire où le doute ou la sous-estimation de l'impact environnemental positif des produits conduit à une éviction de ces derniers : Sörqvist, *op. cit.*, p. 8.

¹⁴² D'abord développée par Nelson (1970) qui théorisa les deux premières propriétés, celle-ci fut complétée par les travaux de Darby et et Karni (1973) qui ajoutèrent la propriété « de croyance ». Les références complètes de ces études sont : P. Nelson, « Information and consumer behavior », *Journal of Political Economy*, 1970, pp. 311-329; M. Darby et E. Karni, « Free competition and the optimal amount of fraud », *Journal of Law and Economics*, 1973, pp. 67-68.

¹⁴³ Traduit de l'anglais « search, experience or credence ».

¹⁴⁴ S. Brach, G. Walsh et D. Shaw, « Sustainable consumption and third-party certification labels: consumers' perceptions and reactions », *European Management Journal*, 2018, p. 255.

caractéristiques directement accessibles avant l'achat, telles que le prix¹⁴⁵. La deuxième propriété qualité, quant à elle, est évaluée après l'achat (par exemple le goût)¹⁴⁶. La dernière propriété réfère notamment aux attributs environnements ou sociaux, attributs généralement non-observables ni expérimentables. En effet, dans ce cas précis, le consommateur ne possède pas l'expertise pour déterminer, avant ou après l'achat, si le produit a réellement respecté des exigences sociales ou environnementales¹⁴⁷ et ce, même après sa consommation¹⁴⁸.

Ainsi, cette difficulté existe parce que les attributs vantés (environnementaux ou sociaux) ne sont pas directement visibles par le consommateur¹⁴⁹. En effet, comment attester que les biscuits que l'on achète ont été produits dans des conditions respectant l'environnement et le droit des travailleurs ? Ainsi, là réside l'utilité de la certification et des labels qui demeure une solution potentielle pour résoudre cette asymétrie informationnelle¹⁵⁰. Ceux-ci convertissent des attributs non-décelables à la simple vue du produit en une information percevable et crédible via le label agissant en tant que signal auprès du consommateur¹⁵¹. D'où l'intérêt de se pencher sur cette technique de labellisation pour élucider les conditions nécessaires à un système efficace qui inspire la crédibilité et la légitimité afin de recevoir la confiance du consommateur (voir *infra*. Partie III). Effectivement, un système de label efficace permet aux entreprises de révéler les caractéristiques invisibles de leurs produits, alors qu'un système défaillant sera plutôt l'occasion pour eux de laver leurs produits de toute imperfection (écoblanchiment ou « greenwashing »)¹⁵². Il s'agit donc de communiquer de manière positive des performances environnementales qui sont en fait bien pauvres¹⁵³. Il faut évidemment éviter de permettre cet écoblanchiment qui risque d'engendrer une perte de confiance envers toute revendication environnementale¹⁵⁴.

L'accent est donc mis sur l'information du consommateur. Évidemment, cette information ne doit pas être révélée n'importe comment. Un système de labellisation doit d'emblée écarter deux sources de confusion de la part du consommateur : la complexité de l'information et la multiplicité de labels similaires¹⁵⁵.

¹⁴⁵ Brach, *ibidem.*, p. 252.

¹⁴⁶ *Ibidem.*

¹⁴⁷ *Ibidem.*

¹⁴⁸ G. Balineau et I. Dufeu, « Are Fair Trade Goods Credence Goods? A New Proposal, with French Illustrations », *Journal of Business Ethics*, 2010, p. 331 ; A. Nadai, « Des conditions d'émergence d'un écolabel de produit [qualification environnementale des produits et échange marchand », *Economie Rurale*, 1998, p. 33.

¹⁴⁹ R. Harbaugh, J. W. Maxwell et B. Roussillon, « Label confusion: the groucho effect of uncertain standards », *Management Science*, 2011, p. 1512.

¹⁵⁰ H. Kim, « Eco-labels and competition: eco-certification effects on the market for environmental quality provision, *N.Y.U. Env't. L. J.*, 2015, p. 183.

¹⁵¹ B. Karstens et F.-M. Belz, « Information asymmetries, labels and trust in the German food market », *International Journal of Advertising*, 2006, p. 192.

¹⁵² Grolleau, *op. cit.*, p. 793.

¹⁵³ M. A. Delmas et V. Cuerel Burbano, « The drivers of greenwashing », *California Management Review*, 2011, p. 65.

¹⁵⁴ N. Furlow, « Greenwashing in the New Millennium », *Journal of Applied Business and Economics*, 2009, p. 24.

¹⁵⁵ Telle multiplicité peut, dans les cas où le consommateur ne peut différencier quel label assure la meilleure qualité environnement, diminuer les qualités environnementales d'un produit. À ce sujet, voir l'étude de C. Abderrazak et A. B. Youssef,

III. Approche institutionnelle du label

Section 1 : Introduction

En se basant sur le postulat de départ qui est de dire que le label est un instrument à l'innovation qui permet (théoriquement) d'atteindre une certaine effectivité du droit de l'environnement et du droit social par l'adoption volontaire de standards supérieurs de qualité, cette partie a pour objectif de construire les bases de la dernière partie. La dernière partie a pour objectif la création théorique d'un label sur le développement durable. Pour ce faire, il est impératif de dresser un cadre théorique institutionnel dans lequel sont analysées les différentes possibilités envisageables qui s'offrent à un système de labellisation. Le nombre de ramifications possibles nous oblige à faire des choix qui seront pris à l'aune du principe d'efficacité et crédibilité du système de labellisation. Ainsi, le but est de créer un système de labellisation crédible et légitime¹⁵⁶ qui, tenant compte de ses caractéristiques intrinsèques (à savoir, entre autres, qu'il s'agit d'un outil de marché fonctionnant comme instrument d'identification auprès du consommateur), est à même d'inspirer la confiance auprès du consommateur. L'efficacité d'un label provient de sa réputation qu'il entretient auprès du consommateur.

Ainsi, l'existence d'une multitude de labels traitant de la même chose porte atteinte à la crédibilité des produits labellisés¹⁵⁷ pour cause de confusion de la part du consommateur¹⁵⁸ et même des entreprises¹⁵⁹. L'on pourrait également arguer que cette multitude de labels est un mauvais signal envoyé au marché. En effet, à quoi bon respecter un label avec des standards de qualité très élevés quand le consommateur ne sait plus faire le tri parmi tous ces labels. Le consommateur ne peut pas deviner d'un simple regard lequel des deux labels est le plus respectueux de l'environnement et des conditions sociales des travailleurs¹⁶⁰. Paradoxalement, les systèmes de labellisation, destinés à dévoiler les propriétés inobservables du produit, conduiraient, si des systèmes de labellisation sont en compétition, à devenir eux-mêmes des propriétés inobservables¹⁶¹. La logique entrepreneuriale commanderait dans le meilleur des cas de suivre un label moins rigoureux afin de profiter de la confusion du consommateur, englouti par un océan informationnel. Dans le pire des cas, l'entreprise ne s'embarrasserait même pas de labelliser ses produits.

Le but de cette partie est donc de créer un label crédible et légitime à même de susciter la confiance auprès des consommateurs. En effet, si la base n'est pas solide, tout le château de cartes est destiné à l'effondrement. Néanmoins, l'ampleur de ce mémoire nous limite à identifier en priorité les éléments substantiels. L'établissement précis et exhaustif d'un système de labellisation amènerait des développements dépassant le

¹⁵⁶ Un système de labellisation crédible est essentiel dans l'optique d'une économie et consommation durable : Fruntes, *op. cit.*, p. 269.

¹⁵⁷ Cai, *op. cit.*, p. 201.

¹⁵⁸ Brécard, *op. cit.*, p. 65; Brach, *op. cit.*, p. 254; Y. Gossens et al., « Qualitative assessment of eco-labels on fresh produce in Flanders (Belgium) highlights a potential intention-performance gap for the supply chain », *Journal of Cleaner Production*, 2017, p. 994; Harbaugh, *op. cit.*, p. 1513.

¹⁵⁹ Yenipazarli, *op. cit.*, p. 283.

¹⁶⁰ Moye, *op. cit.*, p. 559.

¹⁶¹ Brach, *op. cit.*, p. 254.

cadre de ce mémoire. Nous commencerons par une brève analyse des facteurs pertinents relatifs au succès d'un système de labellisation (section 2). Nous identifierons plusieurs principes fondamentaux au système de labellisation (section 3). Nous étudierons ensuite les différents acteurs et leur responsabilité (section 4). Nous terminerons par l'analyse des composantes du système, à savoir le processus d'élaboration des standards, le processus de certification et le règlement des litiges (section 5).

Section 2 : Le consommateur comme sujet actif et passif

Le système de labellisation vise le consommateur et ne reste qu'un outil dans l'escarcelle de ce dernier pour acheter des produits responsables en tout état de connaissance. Cette faculté de pouvoir influencer positivement le consommateur vers des choix plus durables révèle la relation passive qu'entretient le consommateur avec le système de labellisation. À l'inverse, le consommateur détient également un rôle actif envers le système de labellisation. Il est vrai que la solidité d'un système de labellisation ne tient qu'à sa réputation envers les consommateurs. Il est donc nécessaire de dresser les facteurs pertinents qui permettent de créer et de pérenniser une solide réputation d'un système de labellisation auprès des consommateurs.

Pour ce faire, nous allons nous baser sur le travail de Taufique, Siwar, Talib, Hasan Sarah et Chamhuri (2014) qui a revisité la littérature existante afin de déterminer quels sont les facteurs qui influent sur la perception qu'ont les consommateurs du label ¹⁶². Au total, ces auteurs n'en relèvent pas moins de dix.

Une première série de facteurs porte sur la subjectivité du consommateur. Ainsi, la prise de conscience du consommateur (« consumer awareness »)¹⁶³, la connaissance du consommateur (« consumer knowledge »)¹⁶⁴, les bénéfices privés (« private benefits »)¹⁶⁵ ou l'implication du consommateur (« consumer involvement »)¹⁶⁶

¹⁶² K. Md R. Taufique, C. Siwar, B. Talib, F.H. Sarah et N. Chamhuri, « Synthesis of constructs for modeling consumers' understanding and perception of eco-labels », *Sustainability*, 2014, p. 2176.

¹⁶³ Définie comme « la reconnaissance de l'existence des écolabels par les consommateurs » : Taufique, *ibidem.*, p. 2183; C. Leire et A. Thidell, « Product-related environmental information to guide consumer purchases- a review and analysis of research on perceptions, understanding and use among Nordic consumer », *Journal of Cleaner Production*, 2005, p. 1065. Il a été soutenu que la reconnaissance des écolabels et de l'information que ces derniers transportent mène à un changement de comportement de la part du consommateur dans ses habitudes de consommation : J. Winters Lynch, « Determinants of effectiveness for environmental certification and labeling programs », 1994, p. 6.

¹⁶⁴ Le consommateur doit pouvoir connaître ce que signifie le label. C. Valor, I. Carrero et R. Redondo, « The influence of knowledge and motivation on sustainable label use », *J Agric. Environ. Ethics*, 2014, p. 594 ; Taufique, *op. cit.*, p. 2184. L'expertise du consommateur sur une problématique ciblée le rend davantage susceptible de porter attention à un label sur cette dernière. À ce sujet, une étude sur les informations nutritionnelles conclut que les consommateurs, des étudiants dans le cadre de cette étude, ayant une certaine connaissance de la problématique sont plus à même de recevoir l'information émanant du label portant sur les qualités nutritionnelles. Voy. à ce sujet, S. Jasti et S. Kovacs, « Use of trans fat information on food labels and its determinants in a multiethnic college student population », *J. Nutr. Educ. Behav.*, 2010, p. 313.

¹⁶⁵ Taufique, *ibidem.*, p. 2188.

¹⁶⁶ Taufique, *ibidem.*, p. 2184.

ont « *un impact sur la perception [qu'ont les consommateurs] des écolabels* »¹⁶⁷. D'autres raisons plus sociologiques¹⁶⁸ interviennent comme le sexe¹⁶⁹ ou encore les revenus¹⁷⁰.

D'autres facteurs ont trait au système de labellisation en lui-même. Le consommateur doit faire confiance (« *consumer trust* »)¹⁷¹ au système de labellisation. Cette confiance est cruciale pour l'effectivité d'un système de labellisation¹⁷². Ainsi, le système doit être crédible (« *credibility of the source* »)¹⁷³. Cette crédibilité est importante étant donné que la solidité d'un label repose sur sa réputation ; cette dernière étant liée à la crédibilité accordée par les consommateurs. En d'autres mots, si le label n'est pas crédible aux yeux des consommateurs, ces derniers n'auront pas la volonté d'acheter un produit labellisé¹⁷⁴. Le design, la visibilité du label (« *design and visibility* »)¹⁷⁵ et la capacité de persuasion (« *persuasiveness* »)¹⁷⁶ ont également de l'importance. Les images doivent être préférées aux mots car celles-ci sont plus facilement mémorisées par le public¹⁷⁷.

Les derniers facteurs concernent l'information transmise. L'information doit être claire (« *clarity of meaning* »)¹⁷⁸. Il est donc nécessaire d'offrir au consommateur une information claire et concise¹⁷⁹. Le type et le niveau de l'information (« *the type and the level of information* »)¹⁸⁰ doivent être appropriés. Il faut éviter de noyer le consommateur sous une vague d'informations.

Cette analyse, très succincte, des différents facteurs à prendre en compte lors de l'établissement d'un système de labellisation illustre la difficulté d'adresser tous ces facteurs simultanément. Nous nous concentrerons uniquement sur les facteurs de confiance et de crédibilité du label qui ont trait à la structure du système de labellisation.

¹⁶⁷ Taufique, *ibidem.*, p. 2185.

¹⁶⁸ Taufique, *ibidem.*, p. 2188.

¹⁶⁹ Les recherches tendent à démontrer que les femmes sont plus réceptives que les hommes à payer un prix supérieur pour les produits verts. À ce sujet, voir par exemple, J. R. Blend et E. O. van Ravensway, « *Measuring consumer demand for ecolabeled apples* », *American Journal of Agricultural Economics*, 1999, p. 1076; D. Brécard, B. Hlaimi, S. Lucas, Y. Perraudeau et F. Salladarré, « *Determinants of demand for green products: An application to eco-label demand for fish in Europe* », *Ecological Economics*, 2009, p. 116; M. L. Loureiro, « *Rethinking new wines: implications of local and environmentally friendly labels* », *Food Policy*, 2003, p. 557.

¹⁷⁰ B. Torgler et M. A. Garcia-Valinas, « *The determinants of individuals attitudes towards preventing environmental damage* », *Ecol. Econ.*, 2007, p. 537; F. X. Aguilar et Z. Cai, « *Conjoint effect of environmental labeling, disclosure of forest of origin and price on consumer preferences for wood products in the US and UK* », *Ecological Economics*, 2010, pp. 308-316.

¹⁷¹ Taufique, *op. cit.*, p. 2185.

¹⁷² M. Janssen et U. Hamm, « *The mandatory EU logo for organic food: consumer perceptions* », *Brit. Food J.*, 2012, p. 336.

¹⁷³ Taufique, *op. cit.*, p. 2186 ; Leire, *op. cit.*, p. 1066.

¹⁷⁴ P. De Pelsmacker, W. Janssens, E. Sterckx et C. Mielants, « *Consumer preferences for the marketing of ethically labelled coffee* », *International Marketing Review*, 2005, p. 513.

¹⁷⁵ Comprise comme sa capacité à attirer l'attention des consommateurs : Taufique, *op. cit.*, p. 2185.

¹⁷⁶ Taufique, *ibidem.*, p. 2188.

¹⁷⁷ E. Tang, G. E. Fryxell et C. S. F. Chow, « *Visual and verbal communication in the design of eco-label for green consumer products* », *Journal of International Consumer Marketing*, 2004, p. 91.

¹⁷⁸ Taufique, *op. cit.*, p. 2186.

¹⁷⁹ A. Annunziata, S. Ianuario et P. Pascale, « *Consumers' Attitudes Toward Labelling of Ethical Products: The Case of Organic and Fair-Trade Products* », *Journal of Food Products Marketing*, 2011, pp. 533-534.

¹⁸⁰ Taufique, *op. cit.*, p. 2186.

Section 3 : Principes sous-tendant un système de labellisation

Pour la création d'un système crédible, l'on pourrait considérer le système de labellisation comme un mini-système d'état de droit avec des principes fondateurs qui soutiennent et structurent le système. Ainsi, des principes tels que la séparation des pouvoirs, de démocratie, d'égalité ou de transparence assurent sa légitimité et sa crédibilité¹⁸¹.

§1 : Principe de séparation des pouvoirs

Nous aurons l'occasion de revenir sur le principe de séparation des pouvoirs lorsque nous analyserons les acteurs en jeu dans un système de labellisation (voir *infra*. Section 4). Il apparaît néanmoins nécessaire de préciser dès maintenant qu'un système de labellisation avec des acteurs indépendants est plus légitime qu'un système de labellisation pour l'entreprise au sein de l'entreprise et n'incluant aucun acteur tiers. En effet, l'indépendance est une condition nécessaire à la crédibilité et légitimité du système de labellisation.

Dans une optique de séparation « stricte » des tâches, quatre différents acteurs peuvent être identifiés¹⁸². Un premier acteur est l'organe de standardisation (OS), c'est-à-dire l'acteur qui établit les critères d'obtention du label. Un deuxième acteur est l'organisme de certification (OC) qui s'assure que les critères sont bien respectés. Le dernier acteur est l'organe qui accrédite le certificateur (OA). L'accréditation donne la légitimité au certificateur d'effectuer sa tâche.

§2 : Principe de démocratie

Le principe de démocratie est directement lié à l'intégration des « stakeholders » (ou détenteurs d'enjeux) au sein du processus de labellisation. Le GEN identifie quatre « stakeholders » majeurs, à savoir les autorités publiques, l'autorité de gestion indépendante du programme, les consommateurs et le milieu professionnel¹⁸³. Comme nous le verrons dans le processus d'élaboration des standards (voir *infra*. Section 5, composantes du système de labellisation), l'intégration au processus des « stakeholders » (tels que le consommateur, le producteur, les NGOs) légitimise les standards édictés et promet une meilleure volonté d'implémentation de la part du producteur ainsi qu'également une meilleure confiance du consommateur¹⁸⁴. Par conséquent, il s'agit d'une condition nécessaire au succès d'un système de labellisation¹⁸⁵.

§3 : Principe d'égalité

Le principe d'égalité implique que les standards pour être labellisés doivent être appliqués de manière identique à tous les producteurs¹⁸⁶. Cela renforce la légitimité du système de labellisation auprès des professionnels. Ce principe d'égalité doit être soutenu par une transparence complète qui assure son effectivité

¹⁸¹M. Van Amstel, P. Driessen et P. Glasbergen, « Ecolabelling and information asymmetry: a comparison of ecolabels in the Netherlands », *Journal of Cleaner Production*, 2008, p. 267.

¹⁸² Van Amstel, *ibidem.*, p. 268.

¹⁸³ GEN, *op. cit.*, p. 9.

¹⁸⁴ Van Amstel, *op. cit.*, p. 268.

¹⁸⁵ C. Fruntes, *op. cit.*, p. 268.

¹⁸⁶ Van Amstel, *op. cit.*, p. 267.

ainsi que par une impartialité du système qui le crédibilise¹⁸⁷. Ainsi, « *tous les standards et informations à propos du respect du producteur doivent être accessibles, transparents et compréhensibles* »¹⁸⁸. Ce principe d'égalité nécessite un organe de règlement des différends afin de pouvoir adresser les litiges découlant d'une application du principe d'égalité.

§4 : Principe de transparence

Le principe d'égalité nous mène naturellement au principe de transparence. Ce principe est un des garants d'un système de labellisation qui se veut crédible et légitime¹⁸⁹. En effet, il n'est pas plus important que la transparence pour amener légitimité et crédibilité à un système de labellisation. Un des problèmes à absolument éviter dans le système de labellisation est le manque de transparence¹⁹⁰.

La transparence permet d'atteindre la légitimité et la responsabilité (« *accountability* »)¹⁹¹. Auld et Gulbrandsen (2010) distinguent deux types de transparence : la « *procedural transparency* » et l'« *outcome transparency* »¹⁹². La première se réfère à la transparence du système en lui-même et de ses procédures tandis que la deuxième vise les comportements régulés ou non¹⁹³. En d'autres termes, l'« *outcome transparency* » s'occupe de savoir si les objectifs matériels de la certification ont été atteints¹⁹⁴. Celle-ci permet d'éviter l'« *ex post opportunisme* » (Grolleau et Caswell 2006) qui couvre les situations où l'entreprise, une fois labellisée, ne respecte plus ses engagements¹⁹⁵.

Deux différents types d'acteurs sont visés selon le type de transparence impliqué. La « *procedural transparency* » implique les acteurs du processus de décision dont, notamment, l'organe de standardisation¹⁹⁶. L'« *outcome transparency* », quant à elle, vise ceux qui sont régis par le système de labellisation, comme les entreprises voulant labelliser leur(s) produit(s)¹⁹⁷. Comme le soulèvent Auld et Gulbrandsen (2010), la transparence a la vertu de rendre redevables les deux types d'acteurs. Les acteurs du processus de décision sont responsabilisés car la transparence du système permet aux autres acteurs de critiquer les décisions prises, de demander des informations ou d'obtenir des réponses¹⁹⁸. Quant aux entreprises, la transparence sur les performances par rapport aux standards attendus peut, le cas échéant, les obliger à se justifier sur celles-ci¹⁹⁹. La transparence du système est donc également nécessaire à un organe de règlement des litiges.

¹⁸⁷ ISEAL, « Principles for credible and effective sustainability standards systems », 2013, p. 12.

¹⁸⁸ Van Amstel, *op. cit.*, p. 269.

¹⁸⁹ ISEAL, *op. cit.*, p. 13.

¹⁹⁰ T. Kijek, « Modelling of eco-innovation diffusion: the EU eco-label, *Comparative Economic Research*, 2015, p. 76.

¹⁹¹ G. Auld et L. H. Gulbrandsen, « Transparency in nonstate certification: consequences for accountability and legitimacy », *Global environmental politics*, 2010, p. 99.

¹⁹² Auld, *ibidem.*, p. 99.

¹⁹³ Auld, *ibidem.*, pp. 99-100.

¹⁹⁴ Auld, *ibidem.*, p. 100; Marx, *op. cit.*, 2013 p. 271.

¹⁹⁵ G. Grolleau et J. A. Caswell, « Interaction Between Food Attributes in Markets: The Case of Environmental Labeling », *Journal of Agricultural and Resource Economics*, December 2006, pp. 472-473.

¹⁹⁶ Auld, *op. cit.*, p. 100.

¹⁹⁷ *Ibidem.*

¹⁹⁸ *Ibidem.*

¹⁹⁹ *Ibidem.*

Section 4 : Acteurs principaux d'un système de labellisation

Comme nous l'avons vu précédemment lorsque nous discutons du principe de séparation des pouvoirs, il y a, à notre sens, quatre acteurs qui interviennent au sein de la structure de labellisation.

Ainsi, les standards de certification doivent être érigés, et le cas échéant, révisés. C'est le processus de décision mené par l'organe de standardisation. Ces standards doivent être respectés pour obtenir le label et ce respect doit être vérifié par l'organe de certification. Afin d'assurer la légitimité du certificateur, celui-ci doit être accrédité par l'organe d'accréditation²⁰⁰. Un système de résolution de potentiels litiges doit être mis en place afin d'assurer une potentielle souplesse et surtout rendre les acteurs du système de labellisation redevables, ce qui le rend plus légitime car, eux aussi, sont soumis à des règles.

§1 : Diversité d'acteurs pour des relations diverses

Si l'on prend chacune des composantes indépendamment les unes des autres, l'on se retrouve avec quatre potentiels acteurs :

- Un organisme de standardisation ;
- Un organisme de certification ;
- Un organisme d'accréditation ;
- Un organisme de résolution des litiges.

En vertu du principe de séparation des pouvoirs, il nous paraît important que les différentes composantes soient effectuées par des organismes différents les uns des autres. Au sein de ce système de labellisation, le système de certification peut se faire indépendamment ou non²⁰¹, par exemple, par un certificateur tiers ou à l'inverse par l'entité octroyant le label. L'organisme de certification doit être également indépendant de l'organisme d'accréditation. Un certificateur qui s'accrédite lui-même n'a aucun sens. De plus, séparer les activités de standardisation et de contrôle du respect des standards permet d'éviter « *les risques de capture par des intérêts privés et accroît généralement la crédibilité du système* »²⁰².

L'organe de règlement des litiges peut prendre des formes variées²⁰³. Il peut être interne à l'organe de certification ou à l'organe d'accréditation²⁰⁴. Il peut être également interne à l'organe de standardisation. La

²⁰⁰ Au sein de l'Union Européenne, l'accréditation est définie comme étant « attestation délivrée par un organisme national d'accréditation selon laquelle un organisme d'évaluation de la conformité satisfait aux critères définis par les normes harmonisées ». Article 2§10 du règlement CE n° 765/2008 fixant les prescriptions relatives à l'accréditation et à la surveillance du marché pour la commercialisation des produits, *J.O.U.E.*, L 218 du 13 août 2008.

²⁰¹ R.E. Horne, « Limits to labels: the role of ecolabels in the assessment of product sustainability and routes to sustainable consumption », *International Journal of Consumer Studies*, 2009, p. 176.

²⁰² D. Bougherara et G. Grolleau, « L'éco-étiquetage des produits est-il crédible ? Proposition d'un cadre d'analyse », *Revue d'Economie Régionale & Urbaine*, 2004/3 juillet, p. 379.

²⁰³ Une manière de faire est de nommer un administrateur de la plainte qui va analyser celle-ci ; s'il considère qu'elle mérite développement, il envoie la plainte à un comité qui s'occupera de régler le litige. C'est le cas du Fairtrade Labelling Organisation. A. Marx, « Legitimacy, institutional design, and dispute settlement: the case of eco-certification systems », *Globalizations*, 2014, p. 410.

²⁰⁴ Comme c'était le cas dans l'ancien Marine Stewardship Council (MSC). *Ibidem*.

forme importe peu. Ce qui tient une réelle importance est la soumission du règlement des litiges à certains principes d'impartialité, d'indépendance, de séparation des pouvoirs et d'égalité (*supra.*, section 3).

§2 : Responsabilité des acteurs

Cette problématique de la responsabilité des acteurs est une question qui est, à notre connaissance, presque totalement mise de côté par la doctrine. Ce constat peut paraître surprenant. Il est néanmoins explicable pour au moins une raison fondamentale qui est l'absence de normativité intrinsèque que le terme « label » transporte. Dès lors, le régime juridique applicable sera déterminé par les instruments juridiques l'instituant. Ainsi, le label peut être protégé par le droit des marques (ou droit des marques collectives) si celui-ci est inscrit comme tel²⁰⁵. Dans ce cas précis, le label devra être traité comme une marque et le régime juridique applicable sera le régime des marques avec les protections y afférentes. À l'inverse, le label peut être institué par voie législative ou réglementaire²⁰⁶. Dans ce cas, le label aura force de loi. Les liens juridiques entre l'acteur voulant faire labelliser ses produits et le système de labellisation sont généralement concrétisés par un contrat²⁰⁷. Ce contrat sera généralement gouverné par le droit des contrats applicables en l'espèce²⁰⁸. Un label privé n'est pas en soi illégal sous réserve de respecter « *les différentes législations applicables et les droits éventuels des tiers sur le produit ou sur l'indication. En d'autres termes, il ne pourra pas porter atteinte à l'indication du prix, l'indication des quantités, la marque d'autrui, l'appellation d'origine ou l'indication de provenance dont il ne pourrait se prévaloir, la marque collective, le label auquel il n'aurait pas droit, etc.* »²⁰⁹.

Dans un système de labellisation volontaire qui a une volonté de s'institutionnaliser, l'on voit néanmoins apparaître des responsabilités au sein même du système. Celles-ci sont endogènes car elles n'existent qu'au sein même du système, si celui-ci le prévoit. Ainsi, par exemple, l'organe de certification pourrait voir sa responsabilité engagée au sein du système pour violation des règles afférant à la certification. Ces obligations qui peuvent découler sur la responsabilité de l'acteur permettent de légitimiser le système. Cette réalité n'est pas étrangère au mécanisme de règlement des litiges que nous avons mentionné et auquel nous reviendrons dans la prochaine section. En effet, ce mécanisme permet d'assurer que les obligations des acteurs au sein du système soient respectées, concrétisées et le cas échéant, sanctionnées en cas de violation du destinataire de l'obligation.

Section 5 : Composantes du système de labellisation

Afin d'assurer la légitimité d'un système de labellisation, trois composantes doivent être prises en compte²¹⁰ :

²⁰⁵ Comme par exemple le label Fairtrade (Max Havelaar).

²⁰⁶ Voy. not. Le règlement européen établissant le label écologique de l'UE.

²⁰⁷ C'est le cas également pour l'écolabel européen (article 9 §8).

²⁰⁸ Dans le cadre du label européen, ce sera le droit contractuel déterminé par le règlement (CE) n° 593/2008 du Parlement européen et du Conseil du 17 juin 2008 sur la loi applicable aux obligations contractuelles (Rome I), *J.O.*, L 177/6 du 4 juillet 2008 et le règlement (CE) n° 864/2007 du Parlement européen et du Conseil du 11 juillet 2007 sur la loi applicable aux obligations non contractuelles (Rome II), *J.O.*, L 199/40 du 31 juillet 2007 : Annexe IV du règlement européen sur l'écolabel, point 5.6.

²⁰⁹ D. Dressard, in *La réglementation relative à l'étiquetage écologique*, 3^e Congrès Européen « Emballage et environnement », Bruxelles, 21-22 nov. 1994.

²¹⁰ Marx, *op. cit.*, 2013, p. 269.

§1 - Le processus de décision ;

§2 - Le processus de vérification ;

§3 - La résolution des litiges.

§1 : Concernant le processus de décision

Celui-ci a principalement trait à l'élaboration des standards de qualité qui seront attendus d'un produit pour pouvoir être labellisé. Ce processus se doit d'être ouvert et faire l'objet d'un consensus²¹¹. Cette étape est primordiale en ce que « *l'efficacité du droit peut en premier lieu être recherchée (...) à partir des modalités de production ou de l'élaboration de l'énoncé juridique : [c'est-à-dire via les] procédures de négociation (...), de participation* »²¹². Ainsi, si les destinataires de la norme sont inclus dans le processus de production de la norme, ici les standards de qualité, un plus grand respect de la norme serait attendu²¹³. L'acteur principal est l'organe de standardisation. Cependant, les systèmes de certification gagnent en légitimité politique quand ils incluent leurs « stakeholders » dans le processus décisionnel²¹⁴. Ceci conforte l'importance du principe de démocratie²¹⁵.

Nous allons d'abord nous pencher sur qui doit être impliqué dans le processus de décision (a). Ensuite, une analyse des étapes du processus de décision sera faite (b). Nous terminerons par adresser la problématique du contenu des standards (c).

a) Participation des stakeholders dans le processus de décision

En ce qui concerne les critères d'élaboration des standards, nous nous baserons sur les codes de conduite établis par l'ISEAL²¹⁶. Dans son code de conduite²¹⁷, l'ISEAL identifie cinq facteurs à prendre en compte dans le processus d'établissement des standards :

- a) Identification des stakeholders²¹⁸ ;
- b) Implication des stakeholders²¹⁹ ;
- c) Représentation équivalente des stakeholders²²⁰ ;
- d) Flexibilité du processus de décision par l'admission ultérieure de « stakeholders » non-identifiés en premier lieu²²¹ ;
- e) Décision prise par consensus²²².

²¹¹P. Castkla et C. J. Corbett, « Governance of ecolabels: expert opinion and media coverage », *J. Bus. Ethics.*, 2016, p. 322.

²¹²V. Champeil-Desplats, « Penser l'efficacité de la norme », *Keio Hôgaku*, 2014, p. 3.

²¹³*Ibidem.*

²¹⁴Marx, *op. cit.*, 2013, p. 270.

²¹⁵Van Amstel, *op. cit.*, pp. 267-268.

²¹⁶Site internet disponible via <https://www.isealalliance.org/>, consulté le 13 juin 2018.

²¹⁷ISEAL, « Code of good practice for setting social and environmental standards », *ISEAL Alliance*, Version 6.0, 2014.

²¹⁸ISEAL, *ibidem.*, 2014, p. 12.

²¹⁹ISEAL, *ibidem.*, 2014, p. 9.

²²⁰ISEAL, *ibidem.*, 2014, p. 14.

²²¹*Ibidem.*

²²²*Ibidem.*

L'accent est donc mis sur l'implication des « stakeholders » dans le processus décisionnel. L'implication des « stakeholders » crédibilise le système de labellisation²²³. L'intensité de l'implication reste cependant à moduler. La diversité des « stakeholders » engendre une diversité d'intérêts pouvant être conflictuels. L'on pourrait opposer dans une certaine mesure le but lucratif de l'entreprise et le but écologique ou social des ONG. De ce conflit d'intérêts sortirait une solution de compromis, mais le but du label n'est-il pas autre part ? à savoir de « contribuer à l'amélioration de la qualité de l'environnement [ou des conditions sociales] »²²⁴. La tension est donc d'intégrer les différents intérêts en jeu mais sans que ceux-ci capturent le processus d'élaboration des standards. Une ébauche d'idée serait de cantonner les « stakeholders » à un rôle strictement consultatif²²⁵.

b) Processus d'élaboration des critères

Bratt (2011), en se basant sur les normes ISO 14020 et ISO 14024 ainsi que sur les critères développés par le « Nordic labelling »²²⁶ ainsi que « Good environmental choice »²²⁷ va établir également cinq étapes, dans le processus d'établissement des standards²²⁸. Ces étapes se cumulent, sans réellement s'empiéter, avec les critères de l'ISEAL. En effet, alors que ces derniers se concentrent sur la participation des « stakeholders », Bratt (2011) établit un modèle processuel stratégique, qui, presque sous la forme de lignes de conduite, propose cinq étapes à suivre dans le processus d'élaboration des critères.

La première étape est la collection d'idées ou de suggestions concernant le produit. La complémentarité avec les critères de l'ISEAL est illustrée dès cette première étape en ce que cette collection d'idées se fera auprès des « stakeholders » participant dès lors au processus d'élaboration.

La deuxième étape est celle de l'étude de la faisabilité (« feasibility etude ») de l'introduction d'un nouveau produit ou la révision de critères déjà existants²²⁹. Dans cette étape, l'on va procéder à une étude sur la possibilité de l'introduction d'un produit ou l'examen de critères déjà existants. Cette étude comprendra notamment « la consultation avec les « stakeholders » (autre illustration du principe de démocratie), l'étude de marché, l'impact environnemental du produit, la définition de la catégorie de produits en prenant en compte l'équivalence d'usage »²³⁰ lorsqu'il s'agit de l'étude sur l'introduction d'un nouveau produit. Lorsqu'il s'agit, en revanche, de l'examen de critères déjà existants, l'étude se doit d'inclure « tout changement dans le marché, toutes nouvelles technologies, nouveaux produits et nouvelle information environnementale »²³¹. La possibilité d'examen et de révision, le cas échéant, des standards démontrent une flexibilité du système de

²²³ ISEAL, *op. cit.*, 2013, p. 10.

²²⁴ B. Jadot et N. de Sadeleer, « L'organisation d'un régime de label écologique officiel : questions de droit de l'environnement et de droit public » dans *Le label écologique et le droit*, sous la dir. De B. Jadot et N. de Sadeleer, Bruxelles, p. 73.

²²⁵ *Ibidem*.

²²⁶ Pour de plus amples informations, voir <http://www.nordic-ecolabel.org/>, consulté le 3 août 2018.

²²⁷ Pour de plus amples informations, voir <https://www.naturskyddsforeningen.se/node/12484>, consulté le 15 juin 2018.

²²⁸ Bratt, *op. cit.*, p. 1634.

²²⁹ *Ibidem*.

²³⁰ *Ibidem*.

²³¹ *Ibidem*.

labellisation qui est appréciable compte tenu des avancées scientifiques. Cette mise à jour continue au regard des avancées scientifiques permet de garantir des standards de haute qualité. Dans un souci de transparence et de participation des « stakeholders » dans le processus, cette étude se doit d'être mise à disposition des parties intéressées et contenir tous les éléments qui mènent à sa proposition²³².

La troisième étape concerne le développement des critères. Ceux-ci doivent prendre en compte les situations environnementales au niveau local, régional et mondial ainsi que la technologie disponible et les aspects économiques²³³. Ce dernier aspect met bien en valeur l'importance de l'aspect économique, force irrésistible dans une logique de marché. L'enjeu est donc d'éviter une application économique des critères de labellisation au travers d'une procédure de révision de ceux-ci (*infra. c*) contenu des standards) agissant comme garde-fou contre la capture économique²³⁴. Ces critères doivent se baser sur des principes scientifiques bien fondés. Ce qui est plus facilement dit qu'établi, ceci met en lumière l'importance d'impliquer l'expertise scientifique lors de l'élaboration des critères²³⁵. Cette étape doit aussi respecter le principe de transparence et de démocratie. Ainsi, par exemple, le développement doit faire l'objet de rapports qui pourront être mis à disposition de toute personne intéressée²³⁶.

L'existence d'une procédure de renvoi est la quatrième étape. Cette procédure donne la possibilité aux « stakeholders » de donner leur avis sur les critères ainsi suggérés. Leurs avis peuvent prendre la forme de commentaire à formuler dans les soixante jours²³⁷. Une autre possibilité serait une forme plus « judiciaire » en « attaquant » devant un jury le/les critère(s) contesté(s) (voir mécanisme de responsabilité, *infra. §3* règlement des litiges). Il paraît néanmoins nécessaire de promouvoir le dialogue et d'offrir la possibilité de négociation amiable avant une résolution des conflits plus « judiciaires ».

La dernière étape est la publication des critères, toujours dans un souci de transparence accrue. L'information ainsi publiée doit prouver sa conformité avec la norme ISO 14024²³⁸ et que les critères et les méthodes pour les vérifier sont objectifs et raisonnables²³⁹.

c) Contenu des standards

Concernant le contenu de ces standards, il est important de relever quelques problématiques. Premièrement, une problématique à laquelle nous nous intéresserons dans la discussion sur l'établissement d'un label sur le

²³² *Ibidem.*

²³³ *Ibidem.*

²³⁴ En effet, la possibilité d'évolution des critères évite leur stagnation et ainsi évite la capture des intérêts économiques se réclamant du court-terme. L. Boy, « Les programmes d'étiquetage écologique en Europe », *R.I.D.E.*, 2007/1, p. 14.

²³⁵ Trouver l'équilibre entre « la faisabilité économique et la rigueur scientifique et méthodologique » peut s'avérer être un exercice de haute voltige. Lavallée, *op. cit.*, p. 59.

²³⁶ ISEAL, *op. cit.*, 2014 p. 12.

²³⁷ Bratt, *op. cit.*, p. 1634.

²³⁸ Les normes ISO étant volontaires, ce n'est pas une obligation juridique. Cependant, celles-ci représentant un consensus mondial, il semble important pour un système de labellisation, privé ou public, de les respecter.

²³⁹ Bratt, *op. cit.*, p. 1634.

développement durable, est celle de savoir sur quels enjeux le label assure la qualité²⁴⁰. Les labels de qualité ne couvrant qu'une propriété en particulier (par exemple, le rejet de CO₂) n'offrent que le gage du respect de faibles exigences environnementales et/ou sociales²⁴¹. À l'inverse, les labels de qualité couvrant une plus large gamme de problématiques environnementales et/ou sociales (par exemple, un label sur le développement durable) sont plus à même d'avoir des exigences élevées. L'avantage d'une telle approche est qu'elle adresse un plus grand nombre de problématiques²⁴², ce qui évite l'approche biaisée d'une solution fragmentée de respect de l'environnement. En d'autres termes, l'environnement est mieux protégé si l'on considère les multiples problématiques de manière holistique²⁴³. Répondre singulièrement à chaque problématique entraîne le risque de desservir les autres problématiques. Par exemple, interdire la chasse aux gorilles n'est pas de nature à éviter son extinction, si l'on continue à abattre son habitat naturel. Le même raisonnement est applicable au label. Le fait qu'une activité soit labellisée (exemple : la pêche durable du thon) n'empêche pas qu'elle cause des dommages incidents à d'autres problématiques environnementales (pollution des mers, morts d'autres espèces qui finissent dans les filets de pêche). C'est pourquoi il nous apparaît indispensable que le label adresse le plus grand nombre de problématiques possibles afin d'assurer une certaine cohérence. Bien que théoriquement satisfaisant, il apparaît cependant bien plus compliqué d'implémenter un tel label. Nous reviendrons sur cette discussion lors de l'élaboration du label sur le développement durable (*infra*. Partie IV Section 2 problématiques visées). Quoiqu'il en soit, peu importe les problématiques adressées par le système de labellisation, les standards doivent être pertinents²⁴⁴ et refléter les meilleures pratiques²⁴⁵ pour atteindre les objectifs fixés par le système de labellisation.

Une deuxième facette du contenu des standards est leur possibilité d'évolution. En effet, le label étant un signe supérieur de qualité, il faut que le système de labellisation soit capable d'évoluer en fonction des avancées scientifiques et technologiques. Pour ce faire le système de labellisation doit posséder, au stade de l'élaboration des standards, les outils pour la révision des standards qui seraient devenus dépassés suite aux avancées de la science. Une illustration serait une procédure de révision respectant les principes établis précédemment, à savoir ceux de démocratie, égalité et de transparence, dans laquelle il serait discuté comment intégrer aux mieux les dernières avancées scientifiques et/ou technologiques. Cette capacité d'auto-amélioration du système est identifiée par l'ISEAL comme un des principes à prendre en compte pour assurer la crédibilité d'un système de standardisation portant sur les performances durables²⁴⁶. Cette révision des standards permet également à ces derniers de rester pertinents par rapport à leur objectif²⁴⁷. Cette faculté de « résilience » face aux évolutions technologiques pose questionnements et difficultés. En effet, à partir de quel moment une

²⁴⁰ Nikolaou, *op. cit.*, p. 52.

²⁴¹ Yenipazarli, *op. cit.*, p. 275.

²⁴² *Ibidem.*

²⁴³ Ce raisonnement est transposable pour les considérations sociales.

²⁴⁴ ISEAL, *op. cit.*, 2013, p. 8.

²⁴⁵ ISEAL, *ibidem.*, 2013, p. 9.

²⁴⁶ ISEAL, *ibidem.*, 2013, p. 7.

²⁴⁷ ISEAL, *ibidem.*, p. 8.

évolution technologique et ses effets sont considérés comme bien-fondés ? Nous considérons que cette question doit être laissée aux scientifiques et autres personnes compétentes dans ce domaine. Nous nous bornons à établir juridiquement un cadre dans lequel ce genre de questions pourra être posé et résolu.

§2 : Processus de vérification via la certification

Commençons par rappeler que nous entendons la certification comme l'examen du respect d'un produit à des spécifications techniques. Pour rappel, la nature du certificateur peut être variée, allant d'une nature publique, avec les autorités publiques comme certificateur²⁴⁸ vers une nature privée, qui peut être concrétisée par une organisation non-gouvernementale ou l'entreprise privée elle-même²⁴⁹. Il y a ainsi multiples possibilités d'assurer la certification, ce qui ne manque pas de déstabiliser le consommateur²⁵⁰. Le processus de certification est plus légitime, efficace et crédible quand le certificateur est une personne tierce indépendante²⁵¹. La certification est aussi plus appropriée « *lorsque les engagements pris sont complexes, établis dans un cahier des charges détaillé et vérifié périodiquement* »²⁵². Les autodéclarations, c'est-à-dire sans vérification tierce, sont souvent perçues comme moins crédibles²⁵³ et sont donc moins à même de récolter la confiance des consommateurs²⁵⁴. Évidemment, rien n'empêche l'entreprise de faire des autodéclarations²⁵⁵ dont la validité pourrait être soutenue par la certification qu'offre un système de labellisation²⁵⁶. Ces autodéclarations peuvent être certes honnêtes dans le meilleur des cas, mais peuvent également « *s'apparenter pour l'essentiel à de simples déclarations d'intention et manque[r] cruellement de transparence* »²⁵⁷. Par conséquent, il nous paraît fondamental que le certificateur soit dès lors indépendant et ne puisse être la firme

²⁴⁸ Il a été argumenté que l'implication des pouvoirs publics dans un système de certification augmentait sa légitimité et sa reconnaissance auprès des consommateurs. J. M. Crespi et S. Marette, « Eco-labelling economics: is public involvement necessary? », dans *Environment, Information and Consumer behavior*, sous la dir. De Krarup, S. et Russel E.C.S. (Eds), Elgar Publishing, Cornwall, 2005, pp. 93-110.

²⁴⁹ Qui est alors nommée « autodéclaration ».

²⁵⁰ Catska, *op. cit.*, p. 310 ; Communication de la Commission, « Orientations de l'UE relative aux meilleures pratiques applicables aux systèmes de certification volontaires pour les produits agricoles et les denrées alimentaires », C-341/15, *J.O.U.E.*, 16 décembre 2010, p. 2.

²⁵¹ Voir Marx, *op. cit.*, 2013, p. 271; Auriol *op. cit.*, p. 106; G Jahn., M. Schramm et A. Spiller, « The reliability of certification: Quality labels as a consumer policy tool », *Journal of Consumer Policy*, 2005, p. 55; M. E Conroy, « Branded! How the certification revolution is transforming global corporations, *Gabriola Island*, 2007, pp. 14-15.

²⁵² Communication de la Commission, *op. cit.*, 2010, p. 1.

²⁵³ C. D'Souza, M. Taghian, P. Lamb et R. Peretiatko, « Green decisions: demographics and consumer understanding of environmental labels, *International Journal of Consumer Studies*, 2007, p. 375.

²⁵⁴ Il est plus facile pour les consommateurs de faire confiance à quelques institutions indépendantes que de nombreuses entreprises différentes : F. Albersmeier, H. Schulze et A. Spiller, « System dynamics in food quality certifications : development of an audit integrity system, *International Journal of Food System Dynamics*, 2010, p. 71.

²⁵⁵ Pour autant que le droit applicable dans le territoire où elle est située soit respecté. Nous pensons plus particulièrement aux dispositions sur les publicités trompeuses, interdites au sein du Code de droit économique belge : article VI.97 du Code de droit économique du 28 février 2013, *M.B.*, 29 mars 2013.

²⁵⁶ M. Hertz, J. François et F. Durif, « How consumers react to environmental information: an experimental study, *Journal of international consumer marketing*, 2017, p. 172.

²⁵⁷ Tel est ce que dénonce Solidar Suisse dans son rapport sur Nespresso, arguant que les labels propres à Nespresso (4C et Nespresso AAA Sustainable Quality Program) ne sont pas fiables. Pour plus d'informations, voir Solidar Suisse, « Halte à l'exploitation dans le commerce du café », 2011, p. 3. Cette dénonciation n'a cependant pas (encore ?) eu d'impact sur la marque Nespresso qui, au contraire, s'en tirerait positivement auprès des consommateurs avec leur autodéclaration (voir Dekhili et Achabou, *op. cit.*, 2014).

elle-même²⁵⁸. Néanmoins, la qualité de tierce partie par rapport à l'entreprise ne suffit pas à garantir l'efficacité d'un système de certification indépendant²⁵⁹. Il s'agit d'une condition nécessaire mais non suffisante. Il faut également que le système de certification soit accrédité afin que ce dernier soit légitimé²⁶⁰.

La certification s'opère lors de la demande de labellisation afin de s'assurer que les produits respectent bien les spécifications requises. Afin d'éviter l'« ex post opportunisme » (voir *supra.*), le système certificateur devra opérer un suivi des pratiques des produits labellisés afin de s'assurer le respect continu des spécifications. Ce suivi peut se matérialiser par une checklist qui coordonne les aspects à évaluer²⁶¹. Ces checklists peuvent être complétées par des visites sur le terrain afin d'assurer le respect des standards du label avant ou après que le label ait été attribué²⁶².

§3 : Règlement des litiges

Curieusement, cette dimension est, à notre connaissance, pratiquement éludée par la littérature existante. Dans la pratique, elle n'est pas extrêmement présente non plus par ailleurs²⁶³. Pourtant, le mécanisme de règlement des litiges est un élément important de démocratisation du système permettant une responsabilité rétrospective (« retrospective accountability »)²⁶⁴. Appliquant ce concept au mécanisme de certification, Marx (2013) le traduit comme impliquant que les décisions prises *au sein* du système doivent pouvoir être challengées par ceux qui les subissent²⁶⁵. D'autres y voient plutôt l'idée d'un monitoring « bottom up » (avec les acteurs subissant les décisions pouvant les remettre en cause) à l'inverse de l'approche « top down » caractérisant la vérification traditionnelle par l'organe de certification (la décision de l'organe de certification venant d'en haut et s'imposant aux acteurs d'en bas)²⁶⁶. Cette responsabilité (au sens d'« accountability ») des acteurs implique que ces derniers ont des obligations à remplir et que des sanctions peuvent être édictées en cas de violation de ces obligations²⁶⁷. Le règlement des litiges fait partie intégrale du système de labellisation et se doit de respecter les principes de transparence, d'égalité ou encore de démocratie (*supra.* Section 3).

²⁵⁸ En effet, la certification faite par une entreprise pour son produit ne peut être crédible au vu de la concurrence sur le marché et de la guerre sur la qualité. Brécard, *op. cit.*, p. 80.

²⁵⁹ Dekhili, *op. cit.*, 2014, p. 309.

²⁶⁰ Dekhili, *ibidem.*, p. 310.

²⁶¹ Néanmoins, la standardisation induite par les checklists ne permet pas de prendre en compte les aspects locaux et contextuels. Marx, *op. cit.*, 2013, p. 275.

²⁶² Définition de visite sur le terrain par le glossaire de l'écolabel index, disponible sur <http://www.ecolabelindex.com/glossary/>, consulté le 17 juin 2018.

²⁶³ A. Marx, *op. cit.*, 2014, p. 407, en dénombreait 56 systèmes de labellisation possédant un système de règlement des litiges sur les 426 analysés.

²⁶⁴ N. Hachez et J. Wouters, « A glimpse at the democratic legitimacy of private standards. Assessing the public accountability of GLOBALG.A.P. », *Journal of International Economic Law*, 2008, p. 690. Sans parler toutefois de « retrospective accountability », Bovens (2007) attire également l'attention sur cette « ex post accountability » qui permet aux acteurs de justifier leurs actions et le cas échéant d'en subir les conséquences. M. Bovens, « Analysing and assessing accountability: a conceptual framework », *European Law Journal*, July 2007, p. 467.

²⁶⁵ Marx, *op. cit.*, 2013, p. 277.

²⁶⁶ D'Hollander D. et Marx A., « Strengthening private certification systems through public regulation. The case of sustainable public procurement », *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 2014, p. 11.

²⁶⁷ R. W. Grant et R. O. Keohane, « Accountability and Abuses of Power in World Politics », *The American Political Science Review*, Feb. 2005, pp. 29-30.

Penchons-nous maintenant sur les types de litiges. Sur base de l'intérêt en jeu, l'on peut distinguer les litiges au niveau collectif ou au niveau individuel²⁶⁸. Les premiers ont égard à la capacité du système de se remettre en question quant aux dysfonctionnements qui pourraient survenir. Ainsi, un manque de transparence qui serait à déplorer au sein du système pourrait être challengé et, le cas échéant, corrigé. Les deuxièmes concernent les intérêts privés des acteurs du système : par exemple, la contestation par une entreprise de la décision du certificateur d'adresser un constat de non-respect des spécifications entraînant dès lors la perte du droit de pouvoir utiliser le label sur ses produits.

La question est maintenant de savoir à qui sont ouverts les mécanismes de résolution des litiges. Cette question n'est pas isolée de l'étendue des litiges que le système de règlement des litiges veut adresser. En effet, l'idée de rendre ces litiges effectifs implique d'habiliter les personnes à même de pouvoir remplir l'objectif visé par ceux-ci. Il nous semble ainsi que tous les « stakeholders » internes²⁶⁹ et externes²⁷⁰ doivent pouvoir avoir accès au système de règlement des différends²⁷¹. L'accessibilité est une dimension très importante dans les mécanismes de plainte surtout dans le domaine social où l'accessibilité du travailleur est primordiale²⁷². Néanmoins, celle-ci n'est pas sans poser de problèmes. Comme le souligne Marx (2014), un compromis doit s'opérer entre l'accès à la justice et l'efficacité du système²⁷³. En ouvrant le système à tout le monde, l'on s'ouvre au risque d'être submergé par un océan de plaintes. Marx (2014) continue en prenant l'exemple du Forest Stewardship Council (FSC)²⁷⁴ qui possède un outil de règlement des litiges. D'abord réservé aux membres du label, celui-ci, face aux critiques, ouvrit les portes du règlement des litiges à toute personne ou organisation²⁷⁵. Comme le souligne Marx (2014), il est encore trop tôt pour savoir si le système est adéquat²⁷⁶.

Section 6 : Conclusion

Cette partie avait pour but de théoriser une structure institutionnelle à même d'apporter crédibilité et légitimité aux yeux du consommateur. Seul un système de labellisation crédible et légitime est à même de produire efficacement ses effets de signe de qualité (section 2). Nous avons établi les principes fondateurs qui doivent structurer le système (section 3). Au sein de ce système évoluent quatre différents acteurs dont les différentes tâches assurent légitimité au système (section 4). Nous avons ensuite décortiqué les tâches d'un système de labellisation en trois composantes à savoir le processus de décision, de certification et de règlement des litiges (section 5). Cette section est l'aboutissement d'une série de choix d'écriture. En effet, la longueur de ce mémoire ne nous permettait pas d'adresser de façon concise chaque composante. Nous avons tenté de relever

²⁶⁸ Marx, *op. cit.*, 2013, p. 277.

²⁶⁹ Par exemple, les acteurs du système de certification, à savoir le certificateur, les opérateurs cherchant à se faire certifier.

²⁷⁰ Par exemple, les ONG, les consommateurs ou encore le gouvernement.

²⁷¹ A. Marx, *op.cit.*, 2014, p. 402.

²⁷² N. Ascoly and I. Zeldenrust, « Considering complaint mechanisms. An Important Tool for Code Monitoring and Verification, *Amsterdam SOMO*, 2003, p. 11.

²⁷³ Marx, *op. cit.*, 2014, p. 408.

²⁷⁴ Voir le site officiel disponible sur <https://us.fsc.org/en-us>, consulté le 17 juin 2018.

²⁷⁵ Marx, *op. cit.*, 2014, p. 409.

²⁷⁶ *Ibidem*.

pour chaque composante les éléments qui nous semblaient pertinents. Ainsi, le processus de décision (section 5§1) comprend l'implication des différents « stakeholders » (a) dans le processus d'établissement des standards (b). Le contenu de ces derniers se doit d'être le plus englobant possible des problématiques visées et susceptibles d'évolutions (c). Le respect de ces standards est évalué par l'organe de certification (§2). Toute contestation, d'intérêt individuel ou collectif, peut faire l'objet d'une réclamation auprès de l'organe de règlements des litiges désigné par le système de labellisation (§3).

Cette partie illustre bien l'amplitude de choix concernant l'approche institutionnelle lors de la création d'un système de labellisation. Selon notre opinion, cette approche institutionnelle se doit d'approcher les différents points qui ont été émis lors de cette partie. Si nous devons faire l'exercice de résumer en quelques points cette partie, nous soulignerions ceci :

- Les choix institutionnels émis doivent toujours respecter l'esprit des principes fondamentaux ;
- La pluralité des acteurs et l'intégration des « stakeholders » légitiment le système et prônent la participation active de la société civile au sein du système de labellisation ;
- La question du contenu des standards est primordial et doit concerner tout le monde ;
- Le système doit pouvoir faire acte de résilience (importance de l'organe du règlement des litiges).

Selon nous, un système de labellisation doit être établi par les autorités publiques afin de pérenniser et de crédibiliser le système de labellisation²⁷⁷. Comme nous l'argumenterons, seul un label officiel est à même de régler la multiplicité des labels de la manière la plus optimale. Après avoir adressé la question d'un système de labellisation à même de susciter crédibilité et légitimité, la partie IV va adresser la problématique de la multiplicité des labels et se pencher sur la réalisation d'un label européen sur le développement durable adressant cette multiplicité.

IV. Label européen unique sur le développement durable

L'idée de s'appesantir sur la création d'un label sur le développement durable découle de l'idée que les problématiques sociales et environnementales sont liées²⁷⁸. Déjà au centre de la conférence de Rio en 1992²⁷⁹, ces considérations restent d'actualité. Jim Yong Kim, président de la Banque Mondiale, avouait dernièrement que l'abolition de la pauvreté ne pouvait se faire sans résoudre le problème de réchauffement climatique²⁸⁰.

²⁷⁷ Les autorités publiques seraient même, pour reprendre les termes de Bougherara (2011), le « moyen ultime de crédibilisation ». Cette crédibilisation serait réalisée par l'accréditation officielle du certificateur par les autorités publiques, D. Bougherara, G. Grolleau et L. Thiébaud, « Programmes d'éco-étiquetage et intervention publique », *Économie publique*, 2011, p. 263. Elle en serait même une « exigence forte » du succès auprès des entreprises qui ont également besoin de cette légitimité publique pour s'engager, H. Bergeron et al., « Gouverner par les labels. Une comparaison des politiques de l'obésité et de la consommation durable », *Gouvernement et action publique*, 2014/3, pp. 21-22.

²⁷⁸ Commission mondiale sur l'environnement et le développement (CMED), « Notre avenir à tous (Rapport Brundtland) », 1987, p. 15. Ci-après dénommé « Rapport Brundtland ».

²⁷⁹ U.N.G.A., « Rapport de la conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement », A/CONF.151/26 (vol. 1), 12 août 1992.

²⁸⁰ Discours complet de Jim Yong Kim, novembre 2015, disponible sur <https://www.theguardian.com/global-development/2015/nov/23/historic-opportunity-end-poverty-will-be-lost-if-we-dont-tackle-climate-change>, consulté le 20 juin 2018.

Dans un autre registre, le Pape, dans un discours devant les Nations Unies, lie également les problèmes environnementaux à ceux des plus pauvres « *qui doivent en subir injustement les conséquences* »²⁸¹.

Après avoir défini les contours de la notion de développement durable (§1), nous analyserons la compatibilité d'un système de labellisation intégrant une vision de développement durable au regard du droit commercial international (§2) et du droit européen (§3). Cette discussion terminera la section 1 de cette partie. La section 2 se penchera sur l'esquisse d'un label sur le développement durable en se basant sur l'écolabel européen (§1). Cette section nous donnera l'occasion d'adresser la problématique du contenu des standards (§2a) et la question de la profusion des labels (§2b). L'établissement d'un label sur le développement durable n'est pas exempt de toute limite (§3) mais l'on peut dégager certaines utilités de son établissement (§4).

Section 1 : Discussions préliminaires

§1 : Notion de développement durable

Définir est un art difficile. La difficulté est accrue quand l'on en vient à vouloir définir la notion de développement durable qui est utilisée avec de nombreux sens différents²⁸². Plus que la définition qui fait débat, l'idée d'un développement qui est durable est également contestée, la faisabilité de sa réalisation l'est tout autant et la manière d'y arriver n'échappe pas non plus au débat²⁸³.

Le développement durable couple les problématiques environnementales et socio-économiques et essaye de les adresser simultanément²⁸⁴. L'on retrouve cette même idée dans le célèbre rapport Brundtland où le développement durable (DD) est défini comme étant le « *développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs* »²⁸⁵. La notion de développement entretient l'idée de « *satisfaire les besoins et aspirations de l'être humain* »²⁸⁶, ces mêmes besoins, mêmes ceux essentiels, n'étant pas satisfaits là où la pauvreté règne²⁸⁷. L'on considère généralement que le développement durable comprend trois piliers²⁸⁸ : le premier pilier est de « *protéger l'environnement et réduire l'empreinte écologique ; [un autre est d'] encourager le travail digne, les conditions de travail et les emplois verts [tout en améliorant] la qualité de la croissance économique, de la compétitivité des entreprises et des conditions de concurrence en créant des règles du jeu équitables* »²⁸⁹. L'importance que

²⁸¹ Discours du Pape à l'ONU, 25 septembre 2015, disponible sur <https://eglise.catholique.fr/actualites/405357-discours-du-pape-francois-a-lonu/>, consulté le 20 juin 2018. Discours d'une telle envergure qu'elle le plaça à la première place des 10 histoires de commerce durable qui ont marqué 2015 : A. Winston, « 10 sustainable business stories that shaped 2015 », *Harvard Business Review* (2015) p. 3.

²⁸² Duane Windsor, « Multi-level social institutions in conflict over sustainable development, *Critical Sociology*, 2018, p. 287; B. Hopwood, M. Mellor et G. O'Brien, « Sustainable development: mapping different approaches, *Sustainable Development*, 2005, pp. 38-52.

²⁸³ Windsor, *ibidem.*, pp. 287-288.

²⁸⁴ Hopwood, *op. cit.*, p. 39.

²⁸⁵ Rapport Brundtland, *ibidem.*, p.40.

²⁸⁶ *ibidem.*

²⁸⁷ Rapport Brundtland, *ibidem.*, p. 41.

²⁸⁸ L. Krämer, « Droit de l'environnement de l'Union Européenne », *Dossier de droit européen*, 2011, p. 46.

²⁸⁹ Circulaire du 16 mai 2014 sur l'intégration du développement durable, en ce compris les clauses sociales et les mesures favorisant les petites et moyennes entreprises, dans le cadre de marchés publics passés par les autorités adjudicatrices fédérales, *M.B.*, 25 mai 2014.

l'on attribue à chacun des piliers est d'ordre politique, ce qui explique la diversité des interprétations du développement durable²⁹⁰.

Dans le cadre de ce mémoire, nous interpréterons la notion de développement durable dans le cadre d'un système de labellisation comme intégrant les considérations environnementales et sociales dans celui-ci tout en ayant égard à l'accessibilité des entreprises au sein du système.

§2 : Label et Droit Commercial International (DCI)

Le droit commercial international influence et limite la manière par laquelle le système de labellisation est structuré. En effet, un système de labellisation peut représenter un obstacle au commerce international. L'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) est l'acteur principal de cette branche du droit international. Les règles pertinentes sont trouvées au sein de « l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce » (GATT)²⁹¹ ainsi que dans l'« Accord sur les obstacles techniques au commerce » (TBT)²⁹².

a) Dispositions pertinentes du Droit Commercial International

i) Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (« GATT »)

Commençons par analyser les dispositions pertinentes du GATT. Ainsi, l'article III de cet accord empêche un conservatisme national en exigeant que les produits *similaires*²⁹³ importés soient traités de la même manière que les produits nationaux (principe du traitement national)²⁹⁴. L'article premier promeut la non-discrimination entre les produits étrangers (clause de la nation la plus favorisée)²⁹⁵. Par exemple, si la Belgique impose aux voitures d'être équipées d'une roue de secours, cette obligation liera aussi bien les entreprises nationales qu'étrangères, mais cela implique aussi qu'aucune autre condition ne peut être imposée aux entreprises étrangères d'un état A par rapport à celles d'un état B. À noter que l'article XX énumère les exceptions générales qui légitiment une violation des articles I et III²⁹⁶ à condition que « *ces mesures ne soient pas appliquées de façon à constituer soit un moyen de discrimination arbitraire ou injustifiable entre les pays où les mêmes conditions existent, soit une restriction déguisée au commerce international* »²⁹⁷. En cas de discrimination, les considérations environnementales devraient être normalement considérées comme des objectifs légitimes qui rentrent dans les exceptions générales²⁹⁸ pour autant que les mesures en question

²⁹⁰ Voir l'étude de Hopwood, *op. cit.*, 2005 pour une cartographie des différentes conceptions du développement durable.

²⁹¹ OMC, « Accord du cycle d'Uruguay - Accord général sur les accords douaniers et le commerce de 1994 », 1994 ; ci-après dénommé GATT. GATT est l'acronyme de « General Agreement on Tariffs and Trade ».

²⁹² OMC, « Accord sur les obstacles techniques au commerce », 1994.

²⁹³ La similarité doit être appréciée à l'aune de la relation de compétition existant entre deux produits. Celle-ci est analysée à partir du point de vue du consommateur. E. Vranes, « Climate labelling and the WTO. The 2010 EU ecolabelling programme as a test under WTO law », *European Yearbook of International Economic Law*, 2011, p. 25.

²⁹⁴ Article III premier alinéa du GATT.

²⁹⁵ Article I premier alinéa du GATT.

²⁹⁶ Protection de la moralité publique (a), protection de la santé et de la vie des personnes et des animaux ou la préservation des végétaux (b), respect des lois et règlements compatibles tels la protection des brevets, marques de fabrique, droit d'auteur (d) ou encore la conservation des ressources naturelles épuisables si les mesures sont appliquées conjointement avec des restrictions de production/consommation nationales (g).

²⁹⁷ Article XX paragraphe introductif du GATT.

²⁹⁸ Vranes, *op. cit.*, p. 21.

soient nécessaires. En d'autres termes, les objectifs poursuivis par les mesures n'avaient aucune autre alternative moins impactante sur le commerce international²⁹⁹.

ii) Accord sur les obstacles techniques (« TBT »³⁰⁰)

Le TBT fait en sorte « *que les règlements techniques et normes, (...) ne créent pas d'obstacles non nécessaires au commerce international* »³⁰¹. Ainsi, il distingue les normes (« standards »)³⁰² des règlements techniques (« technical regulation »)³⁰³. Les normes ne sont pas obligatoires dans leur respect tandis que les règlements techniques le sont. Nous nous concentrerons sur le régime applicable aux normes, étant donné que l'adhésion à un système de labellisation se fait de manière volontaire. Le régime applicable se trouve à l'annexe 3 du TBT³⁰⁴.

Le TBT reconnaît « *que rien ne saurait empêcher un pays de prendre les mesures nécessaires pour assurer la qualité de ses exportations, ou nécessaires à la protection de la santé et de la vie des personnes et des animaux, à la préservation des végétaux, à la protection de l'environnement, ou à la prévention de pratiques de nature à induire en erreur, aux niveaux qu'il considère appropriés* »³⁰⁵. Néanmoins, certaines règles sont à respecter afin d'éviter « *une restriction déguisée au commerce international* »³⁰⁶ et d'éviter que les mesures en question « *ne créent pas d'obstacles non nécessaires au commerce international* »³⁰⁷. En ce qui concerne les normes, « *l'organisme à activité normative accordera aux produits originaires du territoire de tout autre Membre de l'OMC un traitement non moins favorable que celui qui est accordé aux produits similaires d'origine nationale et aux produits similaires originaires de tout autre pays* » (principe de non-discrimination)³⁰⁸.

b) La labellisation au regard des dispositions du DCI

La première question à se poser est l'applicabilité des normes de l'OMC dans le cadre d'un système de labellisation volontaire. Selon la note interprétative générale de l'annexe 1A³⁰⁹, le GATT s'applique de manière complémentaire avec le TBT pour autant qu'il n'y ait pas de conflit entre les deux textes, auquel cas le TBT l'emporte.

²⁹⁹ *Ibidem*.

³⁰⁰ Acronyme pour « technical barriers to trade ».

³⁰¹ Préambule de l'Accord sur les obstacles techniques.

³⁰² La norme est définie comme le « *document approuvé par un organisme reconnu, qui fournit, pour des usages communs et répétés, des règles, des lignes directrices ou des caractéristiques pour des produits ou des procédés et des méthodes de production connexes, dont le respect n'est pas obligatoire* » (souligné par nos soins), annexe 1, point 2 de l'Accord sur les obstacles techniques.

³⁰³ Le règlement technique est défini comme le « *document qui énonce les caractéristiques d'un produit ou les procédés et méthodes de production s'y rapportant, y compris les dispositions administratives qui s'y appliquent, dont le respect est obligatoire* » (souligné par nos soins)³⁰³, annexe 1, point 1 de l'Accord sur les obstacles techniques.

³⁰⁴ OMC, « Accord du cycle d'Uruguay – Accord sur les obstacles techniques », Annexe 3 : Code de pratique pour l'élaboration, l'adoption et l'application des Normes.

³⁰⁵ Préambule de l'accord sur les obstacles techniques au commerce.

³⁰⁶ *Ibidem*.

³⁰⁷ *Ibidem*.

³⁰⁸ Annexe 3, D) de l'accord sur les obstacles techniques au commerce.

³⁰⁹ OMC, « Accord du cycle d'Uruguay - Accords multilatéraux sur le commerce des marchandises. Note interprétative générale relative à l'annexe 1A », p. 23.

i) TBT et PMP non-connexes : une controverse engagée

La définition de normes parle de « *procédés et méthodes de production connexe* » (PMP). L'on distingue généralement les procédés et méthodes de production connexes ou non. Les premiers font référence aux PMP qui confèrent au produit une caractéristique distincte au contraire des seconds qui ne lui confèrent aucune caractéristique distincte³¹⁰. Par exemple, l'exigence que le coton ne contienne aucune trace de pesticide est un PMP connexe, tandis que l'exigence que le coton grandisse sans utilisation de pesticide est un PMP non-connexes³¹¹. La question de savoir si ces systèmes de labellisation volontaires se basant sur procédés et méthodes de production non-connexes tombent dans le champ d'application du TBT reste extrêmement controversé³¹². Pourquoi parler de cette controverse ? Un système de labellisation édictant des standards environnementaux (et sociaux) comprend des PPM connexes et des PMP non-connexes en ce que son champ d'analyse couvre l'entièreté du processus de production³¹³. Il est donc nécessaire d'adresser cette controverse.

Certains pays comme le Canada, la Suisse ou l'Europe considèrent que ces systèmes tombent dans le champ d'application du TBT et ne constituent pas des violations *per se* du TBT³¹⁴. D'autres, au contraire, considèrent que ceux-ci ne rentrent pas dans le champ d'application de l'Accord³¹⁵. Telle interprétation se base sur les travaux préparatoires du TBT qui révéleraient que les systèmes de labellisation volontaires se basant sur des PPM non-connexes n'ont jamais été considérés comme couverts par le TBT³¹⁶. Les PMP non-connexes seraient exclus du champ d'application de « l'Accord sur les obstacles techniques au commerce » (TBT) et devraient être examinés à l'aune du GATT, notamment les articles I et III³¹⁷. Comme le suggère Vranes (2010), cette controverse se baserait sur une mauvaise interprétation des conséquences d'une éventuelle application ou non du règlement³¹⁸. En effet, Vranes (2010) considère que si le TBT n'est pas d'application, ceci n'implique pas pour autant que les PMP non-connexes introduit dans un système de labellisation sont illégales *per se*³¹⁹.

³¹⁰ Joshi, *op. cit.*, p. 74.

³¹¹ *Ibidem*.

³¹² E. Vranes, *op. cit.*, p. 8.

³¹³ R. Bonsi, A. L. Hammett et B. Smith, « Ecolabels and international trade : problems and solutions », 2008, p. 416.

³¹⁴ Vranes, *op. cit.*, p. 8.

³¹⁵ Bonsi, *op. cit.*, p. 416 citant J. Manoj, « Are ecolabels consistent with World Trade Agreement? », *Journal of World trade*, 2004, pp 69-92.

³¹⁶ Vranes, *op. cit.*, p. 8.

³¹⁷ Joshi, *op. cit.*, p. 80.

³¹⁸ Vranes, *op. cit.*, p. 8.

³¹⁹ *Ibidem*.

ii) Pièges à éviter

Ainsi, un système de labellisation volontaire ne contient intrinsèquement aucune violation du TBT (et son code de bonne pratique)³²⁰ ou du GATT³²¹ mais cela n'empêche pas que le système puisse violer les règles de l'OMC. Seulement, l'on ne peut simplement pas considérer qu'un système de labellisation volontaire viole *per se* le droit de l'OMC. Une pareille violation devra être prouvée dans les circonstances de l'espèce. Tout dépendra finalement de la manière dont le système est administré³²². Dès lors, il est important que le système de labellisation mis en place soit légitime, crédible et considéré comme tels auprès des autres membres de l'OMC. Cela nous permet de faire le lien avec la première partie de ce mémoire qui s'est attelé à créer un système de labellisation crédible et légitime (Partie III).

- Préférer le système volontaire au système obligatoire³²³

L'Autriche, poussée par des raisons écologiques, avait tenté d'imposer un label obligatoire sur les bois tropicaux en 1992, ainsi qu'une taxe d'importation sur ces produits. Ces bois tropicaux devaient être issus d'une forêt gérée de manière durable, définie selon la loi autrichienne, comme celle qui est exploitée durablement d'un point de vue écologique et économique avec une reforestation respectueuse de la préservation de la forêt³²⁴. Cette initiative fut perçue très négativement, notamment par l'ASANE³²⁵, qui considérait cette réglementation comme discriminatoire et comme constituant une barrière non-tarifaire³²⁶. Finalement, sous la pression des exportateurs de bois tropicaux, l'Autriche abandonna la taxe et l'obligation de labelliser les bois tropicaux. Cet exemple illustre les difficultés, outre juridiques, politiques d'établir un système de labellisation obligatoire.

En ce qui concerne un système de labellisation volontaire, la jurisprudence de l'OMC a déjà dû se pencher sur la compatibilité d'un tel système à l'aune du DCI. Dans l'affaire du « Tuna/Dolphin I »³²⁷, le Panel considéra que le système de labellisation érigé par les Etats-Unis n'était pas en violation de l'article 1 :I de l'Accord général³²⁸. En effet, ce système de labellisation ne restreignait pas la vente de thon et ne constituait pas un avantage accordé par le gouvernement, le seul avantage pouvant venir du choix du consommateur de préférer les produits labellisés³²⁹.

³²⁰ OMC, « Accord du cycle d'Uruguay – Accord sur les obstacles techniques », Annexe 3 : Code de pratique pour l'élaboration, l'adoption et l'application des Normes.

³²¹ Vranes, *op. cit.*, p. 25.

³²² Subedi, *op. cit.*, p. 382.

³²³ Lavallée, *op. cit.*, pp. 63-64.

³²⁴ L. Sucharipa-Behrmann, « Austrian legislative efforts to regulate trade in tropical timber and timber products », *Austrian J. Pub & Int'l L.*, 1994, p. 285.

³²⁵ Association des Nations du Sud-Est Asiatique.

³²⁶ B. F. Chase, « Tropical forests and trade policy: the legality of unilateral attempts to promote sustainable development under the GATT », *Hastings Int'l & Comp. L. Rev.*, 1994, p. 749.

³²⁷ GATT Panel Report, « United States – Restrictions on Imports of Tuna », DS21/R, 3 September 1991, unadopted, BISD 39S/155).

³²⁸ GATT Panel Report, *ibidem.*, point 7.3.

³²⁹ GATT Panel Report, *ibidem.*, point 5.42.

- Produit ou groupe de produits

En prenant exemple sur l'écolabel européen, le label peut être attribué à un produit appartenant à un groupe de produits. Ce groupe de produits est défini comme un « *ensemble de produits qui ont une finalité similaire et sont similaires du point de vue de l'utilisation, ou qui ont des propriétés fonctionnelles similaires, et sont similaires du point de vue de la perception des consommateurs* » (souligné par nos soins)³³⁰. L'on retrouve également la notion de similarité dans le TBT et le GATT. Comme l'avance Vranes (2014), ceci peut être une source de discrimination, étant donné que ces deux notions ne se recoupent pas totalement³³¹. Il s'agit dès lors d'être attentif à cette potentielle source de discrimination violant l'article III :4 du GATT et le point D de l'annexe 3 (tous deux traitant du principe de traitement national). En effet, certains produits considérés comme non-éligibles par le règlement européen pourraient être considérés comme produits similaires aux produits considérés comme éligibles sous la conception de l'OMC. Il y aurait donc bien discrimination *de facto*. Cependant, il s'agit de cas particuliers qui devront être réglés au cas par cas.

- Pays en voie de développement

Afin d'éviter des obstacles non nécessaires au commerce international, il est nécessaire que les entreprises ayant leur siège d'activité dans un pays en voie de développement puissent avoir accès au système de labellisation. Ce qui implique, par exemple, que le coût de certification doit être adapté pour ces entreprises³³². Le coût du label ne doit pas être tel qu'il soit considéré comme une barrière administrative aux petites et moyennes entreprises³³³. Il est impératif que l'accès au système de labellisation par les entreprises étrangères soit effectif³³⁴.

Les critères qui sont définis peuvent être de nature à être une barrière aux échanges en imposant une manière de faire qui ne serait pas partagée par les autres pays³³⁵. Notamment les entreprises des pays en voie de développement qui n'auraient pas la technologie ni le capital pour pouvoir respecter les critères de labellisation³³⁶. Le système de labellisation doit donc être attentif à établir ses critères de manière à ce qu'il n'avantage pas les entreprises nationales (et donc, respecter ainsi le principe de non-discrimination). Une manière de faire est de, par exemple, inviter les entreprises étrangères lors du processus d'élaboration des critères de labellisation³³⁷. La question est maintenant de savoir comment la certification peut être réalisée

³³⁰ Article 3, (1) du règlement 66/2010 établissant le label écologique UE.

³³¹ Vranes, *op. cit.*, p. 14.

³³² Par exemple, l'écolabel européen prévoit une redevance moins pour les entreprises des pays en voie de développement.

³³³ Subedi, *op. cit.*, p. 383.

³³⁴ Subedi, *ibidem.*, p. 385; GATT, « Report by ambassador H. Ukawa (Japan), Chairman of the group on environmental measures and international trade to the 49th session of the contracting parties », L/7402, 2 February 1994, point 69. Par exemple, le label écologique européen différencie la redevance à payer selon l'origine de l'entreprise. Elle sera moindre dans le cas d'une petite/moyenne entreprise d'un pays en voie de développement (voir annexe III du règlement établissant l'écolabel de l'UE).

³³⁵ Subedi, *ibidem.*, p. 384.

³³⁶ GATT, *op. cit.*, L/7402, point 74; M. Joshi, « Are Eco-Labels Consistent with World Trade Organization Agreements », *J. World Trade*, 2004, p. 72.

³³⁷ GATT, *ibidem.*, point 71.

dans des pays en voie de développement où la faible gouvernance politique et des institutions vacillantes rendent la question de la certification par ces derniers délicate³³⁸. Les ONG seraient dès lors le plus à même d'organiser la certification³³⁹. Il serait alors intéressant d'organiser avec les ONG sur le terrain un dialogue et une coopération afin de rendre la certification crédible.

c) Conclusion

En guise de conclusion, comme le soulève Manoj (2004), il est important de voir cette problématique comme pas seulement juridique mais aussi politique³⁴⁰. En effet, le droit commercial international, plus particulièrement l'OMC, est un complexe de règles visant à favoriser le commerce et à également éviter les tendances protectionnistes des Etats. Loin de défavoriser le commerce, le système de labellisation que l'on promeut favorise au contraire le commerce et encourage les entreprises (fussent-elles étrangères) à respecter des critères environnementaux et sociaux dans leur processus de production. Ainsi, nous sommes d'avis qu'un système de labellisation volontaire peut être compatible avec les obligations du droit international commercial. Finalement, tout dépend de la manière dont est structuré le système de labellisation³⁴¹. Un système de labellisation transparent, équitable et effectif ne devrait pas être considéré comme violant les dispositions de l'OMC³⁴².

§3) Politiques et compétences européennes

a) Politiques environnementale et sociale

L'environnement est une politique européenne à part entière depuis le Traité de l'Union Européenne³⁴³. Déjà à l'époque, la mise en œuvre du droit environnemental (européen) souffrait d'importantes faiblesses pointées par la Commission Européenne³⁴⁴. Afin d'assurer le respect, l'Europe compte notamment sur les mécanismes de marché, « *déréglementation libérale oblige* »³⁴⁵. Ceux-ci, mis en lumière pour la première fois lors du 5^{ème} programme communautaire d'action pour l'environnement et le développement durable et respectueux de l'environnement³⁴⁶, voient leur confiance réitérée dans le 7^{ème} programme d'action européen³⁴⁷. Le postulat est qu' « *une combinaison adéquate d'instruments pourrait permettre aux entreprises et aux consommateurs de mieux comprendre l'impact de leurs activités sur l'environnement et de gérer ledit impact* »³⁴⁸. Ces instruments comprennent « *des incitations économiques, des instruments fondés sur le marché, des exigences*

³³⁸ Auriol, *op. cit.*, p. 106.

³³⁹ Auriol, *ibidem*, p. 107.

³⁴⁰ Manoj, *op. cit.*, p. 91.

³⁴¹ Subedi, *op. cit.*, p. 382.

³⁴² J. Kloecher, « The power of eco-labels: communicating climate change using carbon footprint labels consistent with international trade regimes under WTO », *Climate L.*, 2012, p. 210.

³⁴³ Ancien article 2 du traité CE qui fut remplacé par l'article 353 tel que modifié par le Traité de Lisbonne.

³⁴⁴ Communication au Conseil et Parlement du 22 octobre 1996 sur la mise en œuvre du droit communautaire de l'environnement, COM (1996) 500 final. Presque 20 ans d'écart, mais même constat d'échec admis dans la décision No 1386/2013/UE du Parlement Européen et du Conseil du 20 novembre 2013 relative à un programme d'action général de l'Union pour l'environnement à l'horizon 2020 « Bien vivre, dans les limites de notre planète », *J.O.*, L 354/171 du 28 décembre 2013, Annexe Point 6.

³⁴⁵ P. Thieffry, *Traité de droit européen sur l'environnement*, Bruxelles, Bruylant 2015, 3^{ème} édition, p. 743.

³⁴⁶ *Ibidem*.

³⁴⁷ Voir Décision No 1386/2013/UE, *op. cit.*, 2013.

³⁴⁸ Décision No 1386/2013/UE, *ibidem*., 3^{ème} considérant.

en matière d'information, ainsi que des mécanismes à participation volontaire et des mesures destinées à compléter les cadres législatifs et à associer les parties prenantes à différents niveaux »³⁴⁹. Les systèmes de labellisation s'inscrivent parfaitement dans cette tendance.

Au niveau de la politique sociale, l'Europe a été plutôt statique ces dernières années³⁵⁰. Le principe en la matière reste que le développement des politiques sociales reste assuré par les Etats Membres³⁵¹. Il n'en reste pas moins que les politiques sociale et environnementale sont inscrites dans les textes comme étant des objectifs de l'Union Européenne³⁵². Dès l'origine, le progrès social ainsi que le relèvement du niveau de vie ont fait partie des objectifs du traité de Rome de 1957³⁵³. Dernièrement, l'idée d'un socle européen des droits sociaux³⁵⁴, lancé par la Commission³⁵⁵ et avalisé par les dirigeants européens lors du sommet de Göteborg³⁵⁶, prend son chemin et met la politique sociale sous les feux des projecteurs³⁵⁷.

b) Compétence européenne et exercice de la compétence

Toujours est-il que l'Union Européenne « *n'agit que dans les limites des compétences que les États membres lui ont attribuées dans les traités pour atteindre les objectifs que ces traités établissent* »³⁵⁸, conformément au principe d'attribution. Les politiques sociales et environnementales sont des compétences partagées³⁵⁹. Les bases de compétence européenne pour l'environnement se situent au titre XX, article 191 à 193. La politique environnementale a notamment pour but « *la préservation, la protection et l'amélioration de la qualité de l'environnement* »³⁶⁰. Le titre X du TFUE traite de la politique sociale. La politique sociale européenne a ainsi « *pour objectifs la promotion de l'emploi, l'amélioration des conditions de vie et de travail, permettant leur égalisation dans le progrès, une protection sociale adéquate, le dialogue social, le développement des ressources humaines permettant un niveau d'emploi élevé et durable et la lutte contre les exclusions* »³⁶¹. Pour ce faire, « *l'Union soutient et complète l'action des États membres* » dans un certain nombre de domaines

³⁴⁹ *Ibidem*.

³⁵⁰ E. Muir, « Drawing positive lessons from the presence of 'the social' outside of EU social policy », *EU Const.*, 2018, p. 75.

³⁵¹ P. Rodière, *Traité de droit social européen*, Issy-les-Moulineaux, Librairie générale de droit et de jurisprudence, 2^{ème} édition, 2014, p. 2.

³⁵² Article 353 du Traité sur l'Union Européenne (version consolidée) (TUE), *J.O.*, C 326/13 du 26 octobre 2012 : « *Elle œuvre pour le développement durable de l'Europe fondé (...) une économie sociale de marché hautement compétitive, qui tend au plein emploi et au progrès social, et un niveau élevé de protection et d'amélioration de la qualité de l'environnement. Elle combat l'exclusion sociale et les discriminations, et promeut la justice et la protection sociales, l'égalité entre les femmes et les hommes, la solidarité entre les générations et la protection des droits de l'enfant. Elle promeut la cohésion économique, sociale et territoriale, et la solidarité entre les États membres* ».

³⁵³ P. Rodière, *op. cit.*, p. 2.

³⁵⁴ Celui-ci est disponible sur https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/social-summit-european-pillar-social-rights-booklet_fr.pdf consulté le 30 juillet 2018.

³⁵⁵ Voy. à ce sujet, <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=fr&catId=1226&newsId=2786&furtherNews=yes> consulté le 30 juillet 2018.

³⁵⁶ Voy. à ce sujet, <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=fr&catId=1226> consulté le 30 juillet 2018.

³⁵⁷ Pour suivre son évolution, voir <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1226&langId=en&intPageId=3600>.

³⁵⁸ Article 5 du TUE.

³⁵⁹ Article 4, b) et e) du Traité sur le Fonctionnement de l'Union Européenne (version consolidée) (TFUE), *J.O.*, C 326/47 du 26 octobre 2012. À noter que l'article 4, b) touchant à la politique sociale précise que seuls les aspects définis par le traité sont visés à cet article.

³⁶⁰ Article 191 §1 du TFUE.

³⁶¹ Article 151 du TFUE.

énumérés à l'article 153 du TFUE³⁶². Outre ces deux titres de compétence, l'Union Européenne peut agir dans le cadre de l'article 114³⁶³ ou dans le cadre de l'article 352, base de compétence résiduaire³⁶⁴.

L'action européenne doit également respecter les principes de proportionnalité³⁶⁵ et de subsidiarité³⁶⁶ lorsque ces dernières sont exercées. À notre sens, un système de labellisation communautaire volontaire ne devrait pas violer ces deux principes. Pour cause, le caractère volontaire ne va pas au-delà de ce qui est nécessaire. Le principe de subsidiarité est également respecté car un label européen sur le développement durable ne se conçoit qu'à l'échelle communautaire et les objectifs de ce dernier (gérer la multiplicité, ériger des standards de qualité) ne pourraient être rencontrés sans un cadre communautaire.

Nous reconnaissons que le développement de cette dernière section aurait pu être plus court tant il semblait aisé de conclure qu'il n'y a pas de problème de base juridique pour l'établissement d'un label communautaire volontaire couplant les considérations sociales et environnementales. Néanmoins, il nous a paru importun de souligner l'existence dans les textes européens, fût-ce au niveau des objectifs de l'Union ou de ses politiques, de ces problématiques. Dès lors, l'on est en droit de se demander si le problème majeur à l'émergence d'un tel label ne serait pas tout simplement la frilosité politique.

Section 2 : Esquisse d'un label sur le développement durable

Après s'être assurés de la compatibilité de l'existence même d'un système de labellisation communautaire volontaire avec les normes de droit international et européennes, nous allons maintenant nous pencher sur le système de labellisation en lui-même. La troisième partie avait pour objectif de montrer au lecteur que la labellisation avait besoin d'une structure institutionnelle qui respecte certains principes et certaines tendances pour être à même de produire efficacement ses effets. L'objectif de cette partie n'est pas de faire l'analyse complète d'un label sur le développement durable en appliquant le cadre théorique que l'on a établi dans la partie précédente tant l'exercice serait redondant.

³⁶² Article 153 §1 du TFUE, notamment les conditions du travail (b), la sécurité sociale et protection sociale des travailleurs (c) ou encore la lutte contre l'exclusion sociale (j).

³⁶³ L'article 114 du TFUE concerne le rapprochement des dispositions législatives relatives à l'établissement et au fonctionnement du marché intérieur pour autant que celles-ci aient réellement pour objet d'améliorer les conditions du marché intérieur (point 81 et 83 de l'arrêt de la Cour du 5 octobre 2000, (République fédérale d'Allemagne contre Parlement et Conseil de l'Union Européenne), C-376/98.).

³⁶⁴ Article 352 §1 du TFUE : « *Si une action de l'Union paraît nécessaire, dans le cadre des politiques définies par les traités, pour atteindre l'un des objectifs visés par les traités, sans que ceux-ci n'aient prévu les pouvoirs d'action requis à cet effet, le Conseil, statuant à l'unanimité sur proposition de la Commission et après approbation du Parlement européen, adopte les dispositions appropriées. Lorsque les dispositions en question sont adoptées par le Conseil conformément à une procédure législative spéciale, il statue également à l'unanimité, sur proposition de la Commission et après approbation du Parlement européen* ».

³⁶⁵ En vertu de ce principe, « le contenu et la forme de l'action de l'Union n'excèdent pas ce qui est nécessaire pour atteindre les objectifs des traités », article 5§4 du TUE.

³⁶⁶ « En vertu du principe de subsidiarité, dans les domaines qui ne relèvent pas de sa compétence exclusive, l'Union intervient seulement si, et dans la mesure où, les objectifs de l'action envisagée ne peuvent pas être atteints de manière suffisante par les États membres, tant au niveau central qu'au niveau régional et local, mais peuvent l'être mieux, en raison des dimensions ou des effets de l'action envisagée, au niveau de l'Union », article 5§3 du TUE.

§1 : L'exemple du label écologique européen

L'éventuelle instauration d'un label communautaire sur le développement durable ne partirait pas d'une feuille blanche. En effet, il existe déjà au niveau européen un label écologique³⁶⁷. En mars 2018, l'écolabel européen avait distribué pas moins de 1976 licences englobant presque 70,000 produits et services sur le marché³⁶⁸. L'autorisation de labellisation est obtenue par demande auprès de l'organisme compétent élu par l'Etat membre³⁶⁹ qui assure également la surveillance sur le marché de l'utilisation du label³⁷⁰. La Commission Européenne, les États membres, les organismes compétents et les autres parties intéressées « *après consultation du CUELE, (...) peuvent entreprendre et diriger l'élaboration ou la révision des critères du label écologique de l'UE* »³⁷¹. Il est également essentiel « *que les organisations non gouvernementales (ONG) à vocation environnementale et les organisations de consommateurs jouent un rôle important dans l'élaboration et dans la définition des critères du label écologique de l'UE et y soient activement associées* »³⁷². Concernant le contenu de ces critères, « *il importe que ces critères soient faciles à comprendre et à utiliser et soient fondés sur des preuves scientifiques, en tenant compte des dernières avancées technologique* »³⁷³. Ceux-ci sont basés sur la performance environnementale des produits³⁷⁴ et tiennent compte du cycle de vie complet des produits³⁷⁵.

La structure institutionnelle du label écologique, (bien qu'insuffisante notamment en ce qui concerne le règlement des litiges), constitue un solide point de départ comme base de discussions à l'élaboration d'une structure institutionnelle plus solide respectant le cadre théorie de la Partie II (voir *supra*).

§2 : Problématiques visées d'un label sur le développement durable

a) Contenu des standards

La question du contenu des standards environnementaux et sociaux se pose³⁷⁶. L'inspiration peut être trouvée dans ce qui a déjà été réalisé. Pour les standards environnementaux, l'écolabel européen doit servir de modèle et aurait l'avantage d'assurer une certaine continuité. Pour les standards sociaux, la tâche s'annonce plus ardue. Soit l'on se base sur les standards de labels sociaux connus et reconnus à travers le monde tels que Max Havelaar, soit on s'en émancipe pour exiger des standards plus élevés ou soit l'on adopte une position de compromis en distinguant les pays hors/dans l'Union. La première hypothèse est certainement la plus facile à mettre en œuvre étant donné que l'on se base sur des standards déjà édictés. Par ailleurs, il permet également une reconnaissance mutuelle des différents systèmes

³⁶⁷ Règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement Européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE, J.O., L 27/1 du 30 janvier 2010

³⁶⁸ Ces chiffres proviennent des « Fact and figures » concernant l'écolabel européen qui sont rendus disponibles sur: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/facts-and-figures.html>, consulté le 1^{er} août 2018.

³⁶⁹ Article 4§1 et 9§1 du règlement établissant l'écolabel de l'UE.

³⁷⁰ *Ibidem.*, article 10§2.

³⁷¹ *Ibidem.*, article 7§1.

³⁷² *Ibidem.*, considérant 6.

³⁷³ *Ibidem.*, considérant 5.

³⁷⁴ *Ibidem.*, article 6§1.

³⁷⁵ *Ibidem.*, article 6§3.

³⁷⁶ Nous avons déjà eu l'occasion d'adresser cette problématique dans la Partie III, section 5 (*supra*).

de standardisation. Néanmoins, ces standards peuvent ne pas correspondre aux idéaux européens, terres sociales³⁷⁷, car jugés pas assez satisfaisants. Dès lors, des standards plus poussés devront être édictés et un nouveau label créé. Ce qui n'est pas sans poser de problème, notamment quant à l'intégration de ce label dans le marché (éclipsé par des labels reconnus comme Max Havelaar), quant à sa faisabilité politique et son opportunité économique et sociale³⁷⁸. En effet, imposer des exigences élevées de conditions sociales peut être perçu comme imposer des barrières économiques car les entreprises, surtout étrangères (avec en tête celles des pays en voie de développement), n'auront peut-être pas les moyens financiers d'assurer toutes les exigences nécessaires à l'obtention du label. Or, l'on voit l'effet pernicieux, si les entreprises ne peuvent faire labelliser leurs biens, ils perdent les incitants à se faire labelliser.

Ce raisonnement nous pousse dès lors à favoriser une position intermédiaire. Cette position intermédiaire consiste à distinguer les pays dans et en dehors de l'Union. Les premiers, dans un souci d'Europe sociale poussée, auraient des exigences sociales élevées à garantir tandis que les autres devraient « se contenter » de respecter des standards sociaux moins poussés, tels que les conventions internationales reconnues. Ce compromis n'est pas satisfaisant. Il ne faut toutefois pas perdre de vue que le label n'est pas un instrument prônant la stagnation mais bien l'innovation et la recherche de standards plus élevés. Ainsi, l'on est en droit d'espérer une réponse positive du marché et la réussite du label qui entraîne, à terme, une élévation des standards.

D'autres questions doivent cependant être tranchées. Ne devrait-on pas également effectuer une distinction au sein des pays hors UE ? En effet, le niveau de vie au Cambodge n'égale pas le niveau de vie au Canada. Il serait logique d'attendre des exigences plus élevées venant du Canada. Comment mesurer ces exigences plus élevées ? L'on pourrait examiner la possibilité d'application d'un indice de pondération (voir *infra.*) selon la prospérité économique de l'Etat. Outre la difficulté technique titanesque d'un tel chantier et l'arbitraire du critère choisi, un problème bien plus politico-juridique fait obstacle. Or, comme nous l'avons vu au sein de l'Europe, la politique sociale reste de la politique des Etats. Établir une telle pondération revient à imposer à l'Etat en question notre propre entendement des normes sociales. Une telle solution ne sera pas acceptée par la communauté internationale. Une manière d'échapper à cet écueil est d'obtenir la certification que le droit national social a été respecté. De cette manière, il est fait d'une pierre deux coups. En considérant que les

³⁷⁷ Communication de la Commission au Parlement Européen, au conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions, « Mise en place d'un socle européen des droits sociaux », COM (2017) 250 final, p. 4.

³⁷⁸ Voir notamment l'avis extrêmement prudent voire presque négatif du CESE concernant un label social européen rendu en 2013 : « Le CESE souhaite faire remarquer que sans nier l'importance de cette approche, l'on peut se demander si cette proposition n'est pas trop complexe en un temps où l'UE traverse une crise. (...) Il serait fâcheux de créer de nouvelles obligations pour les entreprises, qui risqueraient d'élargir le fossé entre les entreprises et les pays de l'UE de tailles différentes au lieu de renforcer leur cohésion au niveau européen » CESE, *op. cit.*, 2013, point 14.

conventions de l'OIT ont été ratifiées par un grand nombre d'Etats³⁷⁹, la certification du droit national englobera généralement les conventions de l'OIT ainsi que le droit national social.

Standards/Processus de production	Dans l'UE	Hors UE
FairTrade/ conventions de l'OIT	V	V - Partenariats avec entreprises locales
Exigences plus poussées en accord avec une Europe sociale	V – exigences à définir au sein de l'Union Européenne	/

Distinction des standards sociaux en fonction de la localité des différentes étapes du processus de production

Il reste deux commentaires à formuler par rapport à ce schéma. Le premier concerne l'établissement des exigences sociales européennes qui annonce également un casse-tête politique bien corsé. En effet, la qualité de vie et la protection sociale au sein de l'Europe ne sont pas non plus homogènes entre les Etats membres. Par exemple, l'on constate des disparités importantes en ce qui concerne le salaire minimum dans l'Union Européenne³⁸⁰. La question revient dès lors à se demander comment surmonter ces disparités ? L'on peut distinguer deux voies de solution. La plus simple et la plus radicale reviendrait à éradiquer ces disparités. Malheureusement, une telle solution, sans discuter de sa faisabilité³⁸¹, est bien au-delà de la sphère de réalisation d'un système de labellisation. En d'autres termes, ces disparités sont moins des équations que le système de labellisation peut résoudre mais plus des faits que le système de labellisation doit prendre pour acquis ; la solution de ces problèmes devant être trouvée à un niveau de gouvernance plus élevé. Ce raisonnement nous mène directement à la deuxième solution envisageable qui apprivoise la disparité au lieu de l'éliminer. Afin de « contrecarrer » cette disparité, l'on pourrait imaginer une sorte de pondération entre les différents Etats Membres. Imaginons le critère d'un salaire décent comme standard nécessaire à l'obtention du label. Dans le cadre de cet exemple, nous imposerons la définition du salaire décent : celui qui se trouve à 10% au-dessus du salaire minimum en vigueur dans l'Etat membre concerné³⁸². Si le salaire minimum est de 250€ en Bulgarie et au-dessus de 1500€ en Belgique, alors la condition de salaire décent serait remplie avec un salaire de 275€ en Bulgarie et au-dessus de 1650€ en Belgique. Bien qu'en théorie cette pratique a l'avantage de ne pas pénaliser les entreprises

³⁷⁹ Ceci impliquant que ces conventions lient les Etats ayant ratifié.

³⁸⁰ Voir annexe 1 concernant le salaire minimum en Europe entre 2008 et 2018. Les statistiques peuvent être retrouvées sur Eurostat : [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Minimum_wages,_January_2008_and_January_2018_\(EUR_per_month_and_%25\)_FP18-fr.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Minimum_wages,_January_2008_and_January_2018_(EUR_per_month_and_%25)_FP18-fr.png) Consulté le 31 juillet 2018.

³⁸¹ Faisabilité qui reste plus grande qu'au niveau mondial, le contexte de l'Union Européenne, union de solidarité proclamée est un terrain plus fertile pour de telles ambitions.

³⁸² Nous tenons à préciser que ni les chiffres avancés ni les concepts utilisés ne prétendent pas à une rigueur scientifique absolue. Notre exemple tente seulement d'explicitier le raisonnement sous-tendant.

européennes exerçant dans un pays avec une qualité de vie moindre, il semble bien optimiste de croire que les pays riches européens acceptent une telle solution sans broncher.

Le deuxième commentaire porte sur le contenu des exigences attendues hors de l'Union. Pour rappel, le label a pour objectif d'établir des standards supérieurs de qualité. En effet, l'idée est de récompenser les entreprises fournissant des efforts supplémentaires par rapport au cadre légal en vigueur. Or, dans le cadre des critères sociaux, l'on remarque un fait étonnant lorsqu'il s'agit du commerce équitable. Il se peut qu'un label se base sur les conventions de l'OIT (comme le label social belge, voir *supra.*), ces conventions qui, nous le rappelons, sont des conventions internationales standards qui obligent les parties contractantes à en assurer le respect, pour établir ses exigences³⁸³. Dès lors, l'on voit le problème, un produit pourrait, sur base de standards reflétant les conventions internationales, se voir attribuer un label de qualité supérieure. Pourtant la seule qualité est d'avoir respecté les conventions internationales. L'on labellise donc volontairement ce qui est en fait obligatoire. Comme le formule joliment Carole Crabbé, « *le problème, c'est que le politique n'a plus les moyens de punir quand un chauffeur brûle un feu rouge, alors il applaudit quand il s'arrête au feu... Le label social récompense en fait celui qui respecte la loi ! À côté de la promotion d'initiatives volontaires, les pouvoirs publics doivent aussi jouer un rôle de régulation contraignante* »³⁸⁴. L'on voit le malaise, malheureusement la solution est également exogène au système de labellisation. Ce constat pointe les carences du droit (inter)national et de son (in)effectivité à certains égards. Par conséquent, cela nous force à choisir l'idée de compromis proposée ci-dessus même si la notion de label est quelque peu dénaturée lorsqu'il s'agit d'exigences du commerce équitable.

b) Comment gérer la multiplicité de labels déjà existants

Une tout autre problématique qu'il est nécessaire d'adresser est la manière de gérer la diversité de labels. La multiplicité des systèmes de labellisation avait été relevée comme une source de difficulté au sein de l'OMC³⁸⁵. Comment articuler ces différents labels ? Quelle est la place d'un label communautaire dans cette problématique ? En remarque préliminaire, il est important que nous considérions la multiplicité des labels qui touchent aux problématiques sociales et environnementales. Ainsi, nous ne remettons pas en cause la

³⁸³ L'OIT ne représente pas moins de 187 états membres mais tous ne ratifient pas les différentes conventions, pour voir le nombre de ratifications, voir : <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/lang--fr/index.htm> , consulté le 20 juin 2018). Remarquons que la Déclaration des principes et droits fondamentaux du travail (Point 2) énonce que « *l'ensemble des Membres, même lorsqu'ils n'ont pas ratifié les conventions en question, ont l'obligation, du seul fait de leur appartenance à l'Organisation, de respecter, promouvoir et réaliser, de bonne foi et conformément à la Constitution, les principes concernant les droits fondamentaux qui sont l'objet des dites conventions, à savoir:*

- a) la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective;*
- b) l'élimination de toute forme de travail forcé ou obligatoire;*
- c) l'abolition effective du travail des enfants;*
- d) l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession ».*

³⁸⁴ Citation tirée de l'article de Catherine Morenville, « label social belge : peut mieux faire ... », *Revue-démocratie*, 18 avril 2013, disponible sur <http://www.revue-democratie.be/index.php/economie/11-developpement/210-label-social-belge-peut-mieux-faire> consulté le 20 juin 2018.

³⁸⁵ Joqhi, *op. cit.*, p. 87.

complémentarité que peuvent entretenir différents types de labels adressant des objectifs différents, tels que les écolabels et les labels organiques³⁸⁶.

Une manière de gérer la diversité est de l'éradiquer via une approche « command and control ». Cela signifie interdire tous les systèmes de labellisation privés et n'avoir qu'un seul système de labellisation reconnu. Cette option n'a pas notre faveur car nous considérons qu'il s'agit d'un mauvais choix de politique juridique. Bien que nous considérons que ces instruments du marché, souvent à la solde d'initiatives privées, doivent être encadrés par les pouvoirs publics, une telle reprise de ces instruments par les pouvoirs publics pourrait être perçue par le marché comme un coup d'Etat. Ce qui pourrait avoir des conséquences fatales pour cet instrument économique. L'encadrement est donc préférable. De plus, au niveau international, il paraît improbable qu'une telle solution soit reconnue et donc considérée comme légitime, ce qui aurait l'effet de tuer l'oiseau dans l'œuf avant que celui-ci n'ait la chance de naître. Dernièrement, d'un point de vue de politique juridique, nous ne pensons pas que ce soit la bonne solution, car certains systèmes de labellisation ont déjà fait leur preuve et ont déjà été intégrés par le consommateur³⁸⁷. Certains labels, tel le Nordic Swan qui est reconnu par les consommateurs nordiques³⁸⁸, fonctionnent très bien.

Une autre manière de faire pourrait être d'encourager la coopération et la reconnaissance entre les différents systèmes de labellisation³⁸⁹. Il peut paraître opportun de les laisser coexister. Mais alors, certains problèmes doivent être soulevés. Par exemple, *quid* des consommateurs (européens) en vacances dans les Pays Nordiques qui ne connaissent pas le « Nordic Swan » ? Il faudrait dès lors penser à une manière de pouvoir préserver ce logo, qui a intégré le marché et la reconnaissance des consommateurs locaux, tout en permettant aux consommateurs non-locaux de pouvoir intégrer l'information de la qualité transmise par ce label. Dans ce raisonnement, il faut aussi pouvoir tenir en compte que ces labels locaux, que l'on présume inconnus des consommateurs non-locaux ne disent rien sur le contenu de la qualité qu'ils transportent. En d'autres termes, le consommateur italien, selon toute vraisemblance, ne pourra pas dire quelles exigences de qualité sont remplies par le Nordic Swan. L'enjeu est donc double pour préserver la coexistence et l'efficacité des systèmes de labellisation.

Cette coopération peut s'imaginer sur le plan *intra* et *extra* européen. Au niveau extra-communautaire, la coopération entre les systèmes de labellisation peut s'opérer via des accords bilatéraux et multilatéraux de reconnaissance réciproque (ARR)³⁹⁰ ou via des forums de coopération comme le GEN³⁹¹. Le sujet de ce mémoire nous limite, cependant, à l'examen de la situation au niveau *intra*communautaire. Au niveau

³⁸⁶ Les premiers adressant l'impact environnemental du produit tandis que les autres portent sur la qualité du produit en lui-même. Dekhili, *op. cit.*, 2013, pp. 53-54.

³⁸⁷ Nous pensons notamment à Max Havelaar, Forest Stewardship Council.

³⁸⁸ Fruntes, *op. cit.*, p. 273.

³⁸⁹ Fruntes, *ibidem.*, p. 274.

³⁹⁰ Lavallée, *op. cit.*, p. 60.

³⁹¹ GEN, « A member's guide to the global ecolabelling network's internationally coordinated ecolabelling system », non daté, p. 2.

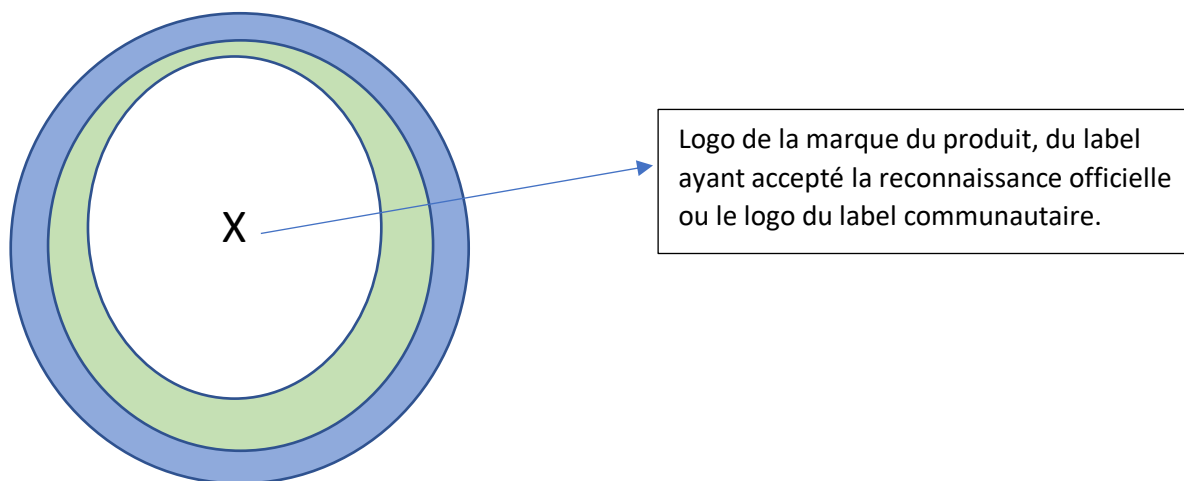
communautaire, comment cette coopération peut-elle s'exprimer ? Plusieurs solutions se dessinent. L'on peut imaginer une solution « du marché », initiée par les acteurs privés promouvant une coopération entre les différentes initiatives privées prenant part à la coopération. La coopération peut également être coordonnée par l'initiative publique. Cette coopération peut se faire de plusieurs manières. L'une des manières serait de passer par un forum³⁹², où les différents programmes de labellisation, d'origine privée ou publique, puissent se retrouver pour échanger les pratiques et harmoniser les standards. Une autre manière, plus intrusive que simplement l'établissement des conditions d'échange entre les systèmes de labellisation, consiste en la reconnaissance officielle des systèmes de labellisation privés. Cette reconnaissance peut se traduire en une accréditation officielle du label. Une option plus intéressante serait la coopération entre les labels officiels et les labels privés car elle donne un rôle central au label communautaire. Cette coopération aurait pour but une harmonisation des standards entre le label officiel et les différents labels privés.

Cette approche a deux vertus. Elle permet notamment un certain contrôle des pouvoirs publics sur le contenu des standards³⁹³. De plus, cette harmonisation peut agir en tant que contrôle de la multiplicité des systèmes de labellisation. En effet, pourquoi ne pas imaginer au sein du cadre communautaire une reconnaissance des labels privés par le label communautaire qui se manifesterait par une modification du logo ? Ainsi, les labels ayant déjà pénétré le marché et obtenu une reconnaissance de la part du consommateur ne disparaîtraient pas mais verraient leur design de logo modifié afin d'exposer la coopération officielle. D'autre part, la possibilité serait laissée ouverte par le label communautaire aux labels privés d'adopter le logo communautaire si ceux-ci s'engagent à respecter les règles de labellisation communautaire. Ceci ne serait ni plus ni loin que l'intégration d'un label privé au sein du label communautaire ; le premier se diluant au profit du dernier. Alors que la dernière hypothèse n'est finalement que l'adoption du label communautaire par l'entreprise, la première hypothèse propose plutôt une coopération entre les différents labels qui s'illustre par une reconnaissance du label communautaire³⁹⁴. Celle-ci se matérialise par une modification du logo. Cette modification du logo peut être imaginée différemment. Nous proposons l'idée du double cercle. Cette idée se marie bien avec un label sur le développement durable, englobant les considérations sociales et environnementales (voir *supra.*). En effet, un cercle représenterait la partie sociale, l'autre la partie environnementale. La reconnaissance s'effectuerait dès lors avec le double cercle englobant le label déjà existant. Le double cercle assurerait aux consommateurs le respect par le label des standards communautaires.

³⁹² À l'image du GEN.

³⁹³ Avec le pouvoir public ayant un rôle de « *guide et de coordinateur dans la normalisation et le développement* [du système de labellisation] », Lavallée, *op. cit.*, p. 54.

³⁹⁴ Lavallée, *op. cit.*, p. 74, établit une solution similaire, en se limitant au cas des écolabels, où elle propose que le GEN pourrait jouer le rôle d'accréditeur afin de gérer le processus de contrôle de la multiplicité des systèmes de labellisation.



Ainsi, la partie bleutée représenterait le respect des considérations sociales tandis que la partie verte indiquerait le respect des exigences environnementales. La flexibilité de ce système est qu'il permet une collaboration entre le label communautaire et les différents labels qu'une entreprise X aurait déjà obtenus. L'idée des doubles cercles permet également un gain de place ; l'entreprise ne devant pas impérativement joindre le logo complet du label mais simplement garder le double cercle.

Cette solution a notre soutien pour, au moins, deux raisons. La première est qu'elle institue un label communautaire constitué comme un label focal aux yeux du consommateur qui pourra lui faire confiance sans se renseigner sur ce label³⁹⁵. De plus, en permettant une reconnaissance poussée des labels tiers, l'on arrive à gérer la multiplicité des labels tout en assurant une harmonisation des pratiques.

§3 : Limites du label sur le développement durable

Le label communautaire sur le développement durable souffre de quelques difficultés. En effet, comme nous venons de le voir, l'existence d'une volonté politique est nécessaire. Or, il apparaît que cela ne semble pas être le cas pour le moment³⁹⁶.

De plus, la volonté politique ne suffit pas. La création d'un tel label peut s'avérer extrêmement technique et controversé. Les standards doivent pouvoir refléter une qualité supérieure, condition primordiale et nécessaire. L'établissement des critères peut donc s'avérer compliqué. L'incertitude scientifique couplée à une multitude d'intérêts divergents pourrait freiner cette volonté d'établir des standards élevés. Le lecteur attentif et soucieux des problématiques sociales et environnementales devrait immédiatement objecter qu'il ne devrait n'y avoir aucune divergence d'intérêts pour ce genre de problématique. C'est néanmoins une des difficultés inhérentes au système de labellisation. Sans vouloir se plonger dans la controverse plus vaste des influences négatives ou positives de l'économie sur les conditions sociales et environnementales, il est certain d'affirmer qu'une

³⁹⁵ A. Prag, T. Lyon et A. Russillo, « Multiplication of Environmental Labelling and Information Schemes (ELIS): Implications for Environment and Trade », *OECD Environment Working Papers*, No. 106, OECD Publishing, Paris, 2016, p. 42.

³⁹⁶ Voir l'avis pour le moins prudent du CESE, *op. cit.*, 2013.

entreprise poursuit un but lucratif. Dès lors, cette logique économique peut s’embarrasser de considérations sociales ou environnementales, soit par idéaux, soit par stratégie commerciale³⁹⁷, soit par un mélange des deux. Néanmoins, ces « contraintes » sociales et environnementales se heurtent à la logique du profit (car généralement ces contraintes sont coûteuses). Dès lors, les entreprises n’ont pas intérêt à ce que les standards soient trop hauts. En effet, le coût pour se voir attribuer le label serait plus important que les bénéfices économiques provenant de l’obtention de celui-ci. En conclusion, si les standards édictés ne leur permettent pas de générer du profit, ceux-ci ne pourraient pas être acceptés par la logique entrepreneuriale. Ce raisonnement étaye la conclusion qu’un label ne peut, par lui-même, opérer des changements miracles sur l’effectivité du droit environnemental et social. Il n’empêche que le label reste un outil qui peut avoir des effets positifs sur le respect des normes sociales et environnementales.

§4 : Utilité d’un label sur le développement durable

Malgré le fait qu’un système de labellisation transporte quelques limites, il peut néanmoins être utile, notamment pour l’exercice de la puissance publique. Nous avons vu précédemment que les labels sont généralement issus de l’initiative privée. Néanmoins, l’on observe la reprise par les pouvoirs publics de cet outil économique. L’exemple le plus emblématique est l’utilisation des labels au sein du mécanisme des marchés publics (a). Toutefois, d’autres pistes de réflexion peuvent amener l’utilité dans des sentiers insoupçonnés (b).

a) Insertion dans le mécanisme des Marchés Publics

L’étude de l’utilisation des labels dans les marchés publics poursuit plusieurs desseins. En effet, cette relation n’a rien d’anodin. Elle illustre au contraire l’interaction entre l’exercice de la puissance publique et les systèmes de certification privés³⁹⁸. En ayant recours au sein de leurs marchés publics, les pouvoirs publics seraient à même de façonner ces systèmes de labellisation privés³⁹⁹. Dans le cadre d’un système de labellisation promu par les pouvoirs publics (comme un label sur le développement durable établi lors de la précédente section), un tel recours aurait plutôt la conséquence de légitimiser et de mettre en lumière ce système de labellisation.

Le mécanisme des labels est reconnu au sein de la discipline des marchés publics et y est même encouragé⁴⁰⁰. Dans le cadre de celle-ci, il est possible pour l’Etat (ou le pouvoir adjudicateur dans la procédure de marché public) de prendre en compte des critères environnementaux ou sociaux dans l’attribution d’un marché

³⁹⁷ Il serait en effet naïf de croire au désintéressement total des entreprises, G. Branellec, « D’une préservation volontaire de l’environnement par les entreprises à une préservation ordonnée ? », *Revue de l’organisation responsable*, 2015, pp. 7-8.

³⁹⁸ D’Hollander, *op. cit.*, p. 5.

³⁹⁹ *Ibidem*.

⁴⁰⁰ Voir ainsi article 12 et l’annexe 1 A point 5 du règlement établissant le label écologique européen ; UNOPS, *op. cit*, 2009 ; Commission Européenne, « Acheter vert ! un manuel sur les marchés publics écologiques », 3^{ème} édition, 2016 (ci-après, « acheter vert ») ; Commission Européenne, « Acheter social ! Un guide sur les appels d’offres publics avec clauses de responsabilité sociale », 2010 (ci-après, « acheter social »).

public⁴⁰¹. La prise en compte de critères environnementaux et sociaux en fait un marché public durable⁴⁰². Il est à noter que l'on retrouve une circulaire en droit belge qui montre l'attention grandissante portée au marché public durable⁴⁰³. L'on parle de marchés publics écologiques lorsque seules les considérations environnementales sont prises en compte⁴⁰⁴ et de marchés publics socialement responsables quand les aspects sociaux sont pris en compte⁴⁰⁵. L'on distingue généralement ainsi les critères sociaux (« social issue ») et éthiques (« ethical issue»). Les premiers touchent plutôt à l'accès au travail, l'amélioration des conditions de travail, à l'emploi ou encore l'accès à l'emploi pour les personnes avec un handicap⁴⁰⁶. Les autres couvrent plutôt les exigences de commerce équitable ou de droits de l'homme⁴⁰⁷.

Les problématiques sociales et environnementales ne sont donc pas inconnues de cette matière. Le but de cette section est moins de faire l'étude exhaustive de la manière dont le droit européen (avec la Cour de Justice en tête) comprend la possibilité de recourir à des considérations environnementales et sociales dans la procédure de passation de marché public. Il s'agit plutôt de mettre en lumière la possibilité qu'a l'Etat de pouvoir utiliser un label lorsque ce dernier agit dans le cadre de sa politique publique. L'intégration d'un label dans les politiques publiques permet de légitimer celui-ci. Une brève analyse du cadre juridique nous emmènera ensuite vers l'examen de la possibilité d'insertion d'un label dans le processus de passation d'un marché public.

i) Cadre juridique

Cette matière est régie au niveau européen par la directive 2014/24/CE⁴⁰⁸ et la directive 2014/25/CE⁴⁰⁹. La réforme des Marchés Publics (MP) avait comme objectif avoué de faciliter l'emploi par les autorités de

⁴⁰¹ *Ibidem*.

⁴⁰² R. Steueur, G. Berger, A. Konrad et A. Martinuzzi, « Sustainable public procurement in EU Member States: overview of government initiatives and selected cases », *Research Institute for Managing Sustainability*, Vienne, 2007, p. 3.

⁴⁰³ Circulaire du 16 mai 2014 sur l'intégration du développement durable, *op. cit.*, 2014.

⁴⁰⁴ Ceux-ci sont définis comme étant « un processus de passation de marchés dans le cadre duquel les pouvoirs publics cherchent à obtenir des biens, des services et des travaux dont l'incidence sur l'environnement sur toute leur durée de vie sera moindre que dans le cas de biens, services et travaux à vocation identique mais ayant fait l'objet de procédure de passation de marchés différente », Communication de la Commission au Parlement Européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au comité des régions relative à des marchés publics pour un environnement meilleur, COM (2008) 400 final.

⁴⁰⁵ Ceux-ci sont définis comme étant « opérations qui tiennent compte d'un ou plusieurs aspects sociaux parmi les suivants: possibilités d'emploi, travail décent, respect des droits sociaux et du travail, inclusion sociale (notamment des personnes handicapées), égalité des chances, accessibilité, conception pour tous, prise en compte des critères de durabilité, notamment des questions de commerce équitable, et plus grand respect volontaire de la responsabilité sociale des entreprises (RSE), sans oublier le respect des principes consacrés dans le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE) et les directives marchés publics », Commission Européenne, *op. cit.*, 2010, p. 7.

⁴⁰⁶ Steueur, *op.cit.*, p. 7.

⁴⁰⁷ *Ibidem*.

⁴⁰⁸ Directive 2014/24/UE du Parlement Européen et du Conseil du 26 février 2014 sur la passation des marchés publics et abrogeant la directive 2004/18/CE, *J.O.*, L 94/65 du 28 mars 2014.

⁴⁰⁹ Directive 2014/25/UE du parlement Européen et du Conseil du 26 février 2014 relative à la passation de marchés par des entités opérant dans les secteurs de l'eau, de l'énergie, des transports et des services postaux et abrogeant la directive 2004/17/CE, *J.O.*, L 94/243 du 28 mars 2014.

facteurs sociaux, environnementaux et d'innovation lors de l'élaboration de MP⁴¹⁰ tout en gardant les principes fondateurs de ces derniers⁴¹¹. Alors que les labels, en tant qu'outils économiques, avaient été considérés comme l'expression d'un transfert (« shift ») de la régulation étatique affaiblie vers les forces de marché comme facteur de changement, l'on est en droit de se demander si cette réforme des MP n'est pas le résultat d'un retour en force de la régulation étatique afin de maîtriser et corriger les défaillances du marché⁴¹².

ii) Label dans les Marchés Publics

- Principes généraux gouverneurs

Il est premièrement important de noter que tout marché public se doit de respecter certains principes qui gouvernent la matière. Ainsi, le pouvoir adjudicateur est dans l'obligation d'obtenir le meilleur rapport qualité-prix. La qualité peut tenir compte de facteurs comme l'environnement⁴¹³ ou de critères sociaux⁴¹⁴. Le pouvoir adjudicateur doit également assurer l'équité entre tous les opérateurs. Cette équité comprend l'égalité d'accès au marché (« principe de non-discrimination »)⁴¹⁵, une égalité de traitement⁴¹⁶, une procédure transparente⁴¹⁷ et le fait que cette procédure soit proportionnée⁴¹⁸.

- Le label dans les Marchés Publics

Le label est défini par la Directive 2014/24/UE comme étant « *tout document, certificat ou attestation confirmant que les ouvrages, les produits, les services, les procédés ou les procédures en question remplissent certaines exigences* »⁴¹⁹. Celui-ci est une source d'information utile pour les pouvoirs adjudicateurs lorsque ces derniers établissent les exigences requises pour l'obtention du marché⁴²⁰.

Les pouvoirs adjudicateurs « *peuvent, dans les spécifications techniques, les critères d'attribution ou les conditions d'exécution du marché, exiger un label particulier en tant que moyen permettant de prouver que les travaux, services ou fournitures correspondent aux caractéristiques requises, à condition que l'ensemble des conditions suivantes soient respectées: a) les exigences en matière de*

⁴¹⁰ A. Semple, « New EU procurement directives and SPP: Opening the floodgates? », non daté. Accessible via le lien <http://archive.sustainable-procurement.org/newsroom/special-features/new-eu-procurement-directives-and-spp-opening-the-floodgates/> consulté le 22 juin 2018.

⁴¹¹ B. Neamtu et D. C. Dragos, « Sustainable public procurement: the use of eco-labels », *Eur. Procurement & Pub. Private Partnership L. Rev.*, 2015, p. 93.

⁴¹² *Ibidem*.

⁴¹³ Commission Européenne, « acheter vert », p. 23 ; Considérant 92 de la directive 2014/24 CE ; article 67 de la directive 2014/24/UE.

⁴¹⁴ Commission Européenne, « acheter social », p. 37 ; Considérant 92 de la directive 2014/24 CE ; article 67 de la directive 2014/24/UE.

⁴¹⁵ Commission Européenne, « acheter vert », p. 23.

⁴¹⁶ *Ibidem*.

⁴¹⁷ *Ibidem*.

⁴¹⁸ *Ibidem*.

⁴¹⁹ Article 2 §1 alinéa 23 de la directive 2014/24/UE.

⁴²⁰ Commission Européenne, « acheter vert », p. 38.

label ne concernent que des critères qui sont liés à l'objet du marché et sont propres à définir les caractéristiques des travaux, fournitures ou services qui font l'objet du marché;

*b) les exigences en matière de label sont fondées sur des **critères vérifiables** de façon objective et **non discriminatoire** ;*

*c) le label est établi **par une procédure ouverte et transparente** à laquelle toutes les parties concernées, telles que les organismes publics, les consommateurs, les partenaires sociaux, les fabricants, les distributeurs ou les organisations non gouvernementales, peuvent participer;*

*d) le label est **accessible** à toutes les parties intéressées;*

*e) les exigences en matière de label sont fixées par **un tiers** sur lequel l'opérateur économique qui demande l'obtention du label ne peut exercer d'influence décisive » (souligné par nos soins)⁴²¹.*

Ainsi, les exigences institutionnelles requises pour un système de labellisation portent essentiellement sur l'accessibilité du système et sur la participation ouverte et transparente des « stakeholders »⁴²². Aucune mention n'est expressément faite dans le texte juridique de la nécessité d'une tierce certification. Bien que cette absence soit malheureuse, deux éléments permettent de palier à celle-ci : la Commission Européenne avait déjà pointé l'importance d'une certification indépendante⁴²³ et l'argument littéral du texte qui permet d'assumer qu'on est en droit d'atteindre d'un système de labellisation les garanties que le label n'est attribué qu'après vérification du respect des exigences attendues⁴²⁴. De plus, nous avons déjà eu l'occasion de souligner la nécessité de l'existence d'un mécanisme tierce de vérification pour assurer la légitimité du système (voir *supra*).

Les labels remplissent essentiellement deux rôles dans la procédure de passation des marchés publics. Le premier rôle est qu'il est une aide importante dans l'élaboration des spécifications techniques que le pouvoir adjudicateur souhaite requérir⁴²⁵. Par conséquent, ceci est intrinsèquement relié avec la problématique de l'intégration des considérations sociales et environnementales au sein des marchés publics⁴²⁶. Il peut également servir de preuve de conformité aux spécifications techniques⁴²⁷. Néanmoins, le pouvoir adjudicateur est dans l'obligation d'accepter les labels aux exigences équivalentes⁴²⁸ ou d'autres moyens de preuves « *pour autant que l'opérateur économique concerné établisse que les travaux, fournitures ou services qu'il doit*

⁴²¹ Article 43 point 1 alinéa premier de la directive 2014/24/UE.

⁴²² D'Hollander, *op. cit.*, p. 9.

⁴²³ Communication de la Commission au Conseil, au parlement Européen et au Comité économique et social européen, « contribuer au développement durable : le rôle du commerce équitable et des systèmes non gouvernementaux d'assurance de la durabilité liés au commerce », COM (2009) 215 final, p. 4.

⁴²⁴ D'hollander, *op. cit.*, p. 13.

⁴²⁵ Commission Européenne, « acheter vert », p. 39.

⁴²⁶ Sur cette problématique, voy. C. Barnard, « To boldly go : social clauses in public procurement », *Industrial Law Journal*, July 2017, pp. 208-244 ; Commission Européenne, « acheter vert », 2016 ; Commission Européenne, « acheter social », 2010.

⁴²⁷ Commission Européenne, *ibidem.*, 2016, p. 39.

⁴²⁸ Article 43 point 1 alinéa 3 de la directive 2014/24/UE.

fournir satisfont aux exigences concernant le label particulier ou aux exigences particulières indiquées par le pouvoir adjudicateur »⁴²⁹. Cette solution se situe dans l’optique de ne pas défavoriser l’entreprise bénéficiant d’un autre label ou répondant aux conditions du label qui aurait été prescrit sans toutefois avoir été labellisé⁴³⁰.

iii) Pistes d’influence des pouvoirs adjudicateurs sur le succès d’un label

Les pouvoirs publics, par leur rôle de pouvoir adjudicateur, peuvent influencer sur le succès d’un label⁴³¹ notamment en le promouvant⁴³². En effet, son utilisation par la puissance publique légitimise celui-ci. Il envoie également un message au marché, et notamment auprès des entreprises qui, si elles veulent rester compétitives dans l’immense marché des marchés publics⁴³³, devront, le cas échéant, faire l’effort de respecter les exigences spécifiées par le marché public. Ainsi, les marchés publics peuvent contribuer à améliorer le respect de certaines règles, notamment dans le domaine du développement social⁴³⁴. De la même manière, ils peuvent embrayer le changement vers des systèmes de productions plus durables⁴³⁵ et favoriser l’innovation⁴³⁶, à même de réaliser l’objectif de « consommation et production durables » visé par les Nations Unies à l’horizon 2030⁴³⁷. Il est ainsi très intéressant de constater qu’un outil économique, issu de la logique de marché, avec comme but d’informer le consommateur, peut être approprié par les pouvoirs publics dans le cadre de l’exercice de la puissance publique. Cela met en exergue l’interaction entre la régulation (souvent) privée de la certification et la régulation publique. En effet, l’on avait déjà vu qu’un système de labellisation pouvait être établi par les autorités publiques (*supra.*) et que leur utilisation dans les marchés publics ne peut être que positive dans leur reconnaissance par les entreprises. Néanmoins, l’impact exact de la législation des marchés publics sur les systèmes de certifications reste encore indéterminé pour le moment⁴³⁸.

b) Autres pistes de réflexion

Ce point propose deux réflexions totalement différentes. La première réflexion concerne la labellisation de comparaison qui prend la forme d’une échelle à différents niveaux, où les produits y sont placés selon leur niveau de performance (i). La deuxième réflexion porte sur la possible harmonisation des pratiques qui pourrait émerger des standards de labellisation (ii).

⁴²⁹ Article 43 point 1 alinéa 4 de la directive 2401/24/UE.

⁴³⁰ Conclusions de l’Avocat général Mme Juliane Kokott, C.J.U.E., 10 mai 2012, C-368/10 (Commission c. Pays-Bas, pt. 93).

⁴³¹ L’OCDE a ainsi établi que le succès du label allemand « Blue Angel » était en partie dû au support que le label avait reçu par le biais de marché public, OECD, « Ecolabelling: actual effects of selected programmes », *OECD/GD (97)105*, 1997, p. 53.

⁴³² Article 12§3 et annexe I A point 5 du règlement établissant le label écologique de l’UE qui encouragent les Etats membres à s’inspirer du label écologique européen.

⁴³³ Ce marché représentait, en 2013, 14% du PIB de l’Union Européenne, à savoir 1800 milliards d’euros : Communication de la Commission au Parlement Européen, au Conseil, au Comité économique, social européen et au comité des régions, « faire des marchés publics un outil efficace au service de l’Europe », COM (2017) 512 final, p. 2.

⁴³⁴ Commission Européenne, « acheter social », p. 9.

⁴³⁵ W. Chen, A. Appolloni, A. d’Amato et Q. Zhu, « Green Public Procurement, missing concept and future trends- a critical review », *Journal of Cleaner Production*, 2018, p. 771.

⁴³⁶ A. Rainville, « Standards in green public procurement – a framework to enhance innovation », *Journal of Cleaner Production*, 2017, p. 1030.

⁴³⁷ Objectif 12 du programme de développement durable à l’horizon 2030. Disponible sur https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&referer=/english/&Lang=F.

⁴³⁸ Marx, *op. cit.*, 2014, p. 16.

i) Réflexion sur un label de comparaison

L'écolabel européen est catégorisé par Haq et Weiss (2016) comme un label d'approbation (« endossement label ») car il représente le signal d'approbation que le produit ou le service respecte des exigences pré-établies⁴³⁹. Le label est ainsi vecteur d'information, information portant sur une vérification. Généralement, cette information sur la qualité est positive, c'est-à-dire qu'elle démarque le produit positivement en lui assurant une meilleure qualité, inhérente aux spécifications sur lesquelles porte le label. Or, il est également possible d'envisager une information négative qui, à l'inverse de l'information positive, démarque le produit en désignant celui-ci comme ne respectant pas ou peu les standards que le label certifie. Borin et al. (2011) souligne l'importance de l'information négative qui aurait plus d'impact que l'information positive⁴⁴⁰. Un système de labellisation combinant les deux est appelé un label à multiples niveaux⁴⁴¹. Le label énergétique européen en est un exemple⁴⁴². Ce label classe les appareils « *sur une échelle de A à G, en fonction de leur consommation énergétique. Les appareils de catégorie A (en vert) ont le meilleur rendement énergétique, ceux de catégorie G (en rouge) le moins bon* »⁴⁴³. L'on est en droit de se demander si, finalement, ce type de label ne serait pas plus efficace.

Bien que ce type de label possède l'avantage notamment de pouvoir créditer certains produits tout en pouvant « sanctionner » (le terme est relatif car la seule sanction possible provient du consommateur) les concurrents, il implique certaines difficultés qui nous poussent à préférer les labels « positifs ». La première difficulté est qu'une telle approche impose nécessairement une hiérarchisation. Cependant, nous ne considérons pas qu'une hiérarchisation soit en tout temps pertinente dans le cadre des problématiques sociales et environnementales. Ainsi, comment hiérarchiser la protection sociale des travailleurs ? En comptant les critères couverts (sécurité sociale, salaire, relation stable etc.) ? Mais comment pondérer lorsque le salaire est meilleur d'un côté mais les relations et travail instables ? Outre cette considération essentiellement technique, ne peut-on pas simplement considérer qu'il n'y a que peu d'intérêt à hiérarchiser et donc différencier ce qui respecte peu, très peu ou pas du tout les conditions sociales et environnementales ? L'on pourrait évidemment alors hiérarchiser ces trois-là au même niveau, mais le problème d'où mettre le curseur pour hiérarchiser demeure. Adopter un point de vue manichéen (bon ou mauvais, c'est-à-dire labellisé positivement ou négativement) ne résout rien

⁴³⁹ G. Haq et M. Weiss, « CO 2 labelling of passenger cars in Europe: Status, challenges and future prospects », *Energy Policy*, 2016, p. 325. Ces auteurs différencient ces labels « d'approbation » des labels de « comparaison », à l'instar du label énergétique européen. Ces derniers permettent aux consommateurs de comparer les différents produits.

⁴⁴⁰ N. Borin, D. C. Cerf et R. Krishnan, « Consumer effects of environmental impact in product labeling », *Journal of Consumer Marketing*, 2011, p. 81.

⁴⁴¹ G. Grankvist, U. Dahlstrand et A. Biel, « The impact of environmental labelling on consumer preference: negative vs positive labels », *Journal of Consumer Policy*, 2004, p. 216.

⁴⁴² Règlement (UE) 2017/1369 du Parlement Européen et du Conseil établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique et abrogeant la directive 2010/30/UE (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE), *J.O.U.E.*, L 198/1 du 28 juillet 2017.

⁴⁴³ Informations accessibles sur le site de l'Union Européenne sur les étiquettes énergétiques, accès via https://europa.eu/youreurope/business/environment/energy-labels/index_fr.htm, consulté le 27 juin 2018.

en ce que la hiérarchisation perd de son sens, vu qu'il n'y a que deux positions possibles et nous mène directement à la deuxième difficulté.

Un système de labellisation à multiples niveaux implique nécessairement que ce système de labellisation soit obligatoire. En effet, s'il était volontaire, qui irait se faire créditer d'une mauvaise note ? Cela semble contraire à toute logique commerciale. Bien que nous entretenions déjà des réserves quant à un tel système de labellisation au regard de la première difficulté, cette deuxième difficulté nous est déterminante. L'objet de notre mémoire est d'adresser un système de labellisation volontaire, par conséquent, nous nous limiterons au label « positif ».

Néanmoins, bien que nous ne considérons pas que cette technique informationnelle ait sa place dans un système de labellisation volontaire, il apparaît que celle-ci pourrait avoir des effets positifs dans le cadre d'une politique réglementaire et se complémentariserait bien avec un système de labellisation volontaire portant une information positive. Par exemple, pourquoi ne pas envisager un cadre législatif qui attirerait l'attention sur le niveau de performance faible qu'auraient certains produits à l'égard des considérations sociales et environnementales ?

ii) Harmonisation des pratiques au sein de l'Union Européenne

Il ne va pas sans dire que cette minuscule section pourrait faire l'objet d'un travail de plus grande ampleur dépassant le cadre de ce mémoire. En effet, le sujet de l'harmonisation des normes, notamment au sein de l'Union Européenne, est vaste et complexe. Dans l'introduction, l'on argumentait que l'adoption des bonnes pratiques pourrait entraîner l'exclusion des produits qui ne répondaient plus aux exigences du label (voir *supra*. Introduction). Cette hypothèse pourrait créer, grâce au marché, une harmonisation vers le haut (sous l'impulsion du label, évitant ainsi une harmonisation vers le bas) des règles applicables. Au niveau européen, un rapprochement des législations avait déjà été rendu possible notamment sous l'impulsion de la Cour de Justice de l'Union Européenne⁴⁴⁴. Cette harmonisation était d'ailleurs une ambition proclamée par l'Union Européenne⁴⁴⁵. Néanmoins, dans ce cadre-ci, le contexte reste différent. L'action européenne ne réglemente rien en elle-même, tout au plus crée-t-elle le cadre à harmonisation. Ici, nous faisons face à une harmonisation des normes sans intervention législative directe. C'est une intervention encore plus souple que le MOC (méthode ouverte de coordination) qui encourage simplement « *la coopération, d'échanger de bonnes pratiques et de convenir d'objectifs communs et d'orientations communes aux États membres* »⁴⁴⁶. Il serait extrêmement intéressant de pouvoir quantifier l'impact réel de ce genre d'outils économiques sur l'harmonisation des pratiques et des normes. Ainsi, à défaut de pouvoir estimer leur implication dans

⁴⁴⁴ Voy. à ce sujet J. H. H. Weiler, « The transformation of Europe », *The Yale Law Journal*, Jun., 1991), pp. 2403-2483 ; où Weiler argumente la constitutionnalisation des traités par la Cour qui, par ce fait, fertilise l'harmonisation européenne.

⁴⁴⁵ Voy. à ce sujet J.-S. Bergé et S. Robin-Olivier, *Droit européen (Union européenne – Conseil de l'Europe)*, PUF, 2e éd., 2011, coll. Thémis, 540 p., pp. 263-332.

⁴⁴⁶ Commission Européenne, « Gouvernance européenne – Livre blanc », COM (2001) 428 final, p. 26. Il s'agit tout au plus d'un cadre de coopération qui n'oblige aucunement de changements législatifs.

l'harmonisation des normes, l'on peut simplement proposer, tout en restant dans la spéculation, une possible harmonisation qui pourrait s'effectuer par et grâce au marché. Dans l'hypothèse où cette théorie est valide, les conditions nécessaires de production des normes resteraient encore à déterminer. D'autres indéterminations subsistent, notamment sur l'origine de ces normes. Ces normes ne seraient pas le résultat d'un processus parlementaire mais bien d'un compromis entre les différents stakeholders impliqués dans le processus d'élaboration des standards⁴⁴⁷. Ne devrait-on pas s'interroger sur le déficit démocratique d'un tel processus de production de normes⁴⁴⁸ ?

V. Conclusion

La construction de ce mémoire s'est faite en trois temps. Après avoir affirmé que les labels étaient des outils économiques capables d'embrayer une certaine effectivité du droit (Partie I) et avoir effectué des précisions terminologiques sur les notions de certification et de label (Partie II), nous nous sommes attelés à constituer un système de labellisation crédible et légitime aux yeux du consommateur (Partie III). Nous avons également tenté d'épingler certaines difficultés juridiques auxquelles il était nécessaire de faire attention (Partie IV).

Il ressort de notre étude que la construction d'un système de labellisation crédible et légitime implique la création d'un mini état de droit. Les différentes possibilités sont multiples mais certains principes doivent encadrer cet état de droit (Partie III, section 3). *In fine*, nous préconisons un système de labellisation publique (et même communautaire) qui intègre le maximum de stakeholders possibles avec un système de certification indépendant (Partie III, section 6). Cet encadrement public (qui mène la réflexion directement à la partie IV sur la possibilité d'un label communautaire) a notre préférence en ce qu'il permet un certain contrôle des autorités publiques sur la gestion des systèmes de labellisation. Un label communautaire a le potentiel de gérer la profusion des labels, frein à leur effectivité (Partie IV). L'encadrement public donne également la possibilité aux autorités publiques de promouvoir le système de labellisation (Partie 4, section 2 §4a). L'on pourrait également observer la production de standards communs même si cette théorie mérite de plus amples analyses quant à sa possibilité et aux conditions d'une telle possibilité (Partie IV, section 2 §4b).

Bien que l'établissement d'un système de labellisation pourrait se voir confronter à certaines difficultés techniques (connaissances scientifiques incertaines, concrétisation d'un organe de règlement des litiges, ...), les difficultés politiques seront les premières à bloquer le processus de création d'un tel label. L'établissement des critères est, outre technique, avant tout politique. Les standards environnementaux et sociaux (Partie IV, section 2) ne pourraient pas faire l'unanimité au sein de l'Union Européenne. Le manque de volonté politique n'est pas le seul problème en présence. En outre, l'on pourrait argumenter que l'établissement d'un label

⁴⁴⁷ B. Frydman, « Comment penser le droit global ? », *Série des Working Papers du Centre Perelman de Philosophie du Droit*, 2012/01, p. 26.

⁴⁴⁸ Cet enjeu de la participation démocratique fait l'objet de préoccupations en ce qui concerne la normalisation internationale où, formellement, toutes les parties intéressées sont conviées au débat mais où surtout l'on constate une surreprésentation du monde professionnel. Voy. à ce sujet, C. Hauert, M. Audétat, D. Bütschi, A. Kaufmann et J.-C. Graz, « Les arènes de la normalisation internationale à l'épreuve de la participation : le projet INTERNORM », *Participations*, 2016, p. 3.

communautaire, ayant pour objectif de gérer la multiplicité, constitue un danger. Pour certains, le danger viendrait car l'approche unitaire (voire totalitaire) dénaturerait le label, outil économique d'origine privée, et briderait l'innovation d'autres systèmes de labellisation privés. Cet écueil n'a pas lieu d'être. Le label communautaire n'est pas équipé pour une telle prétention totalitaire. Ce que nous proposons est une coopération volontaire entre le label communautaire et les labels privés (mécanisme du double cercle). Cette coopération volontaire est à même de gérer la profusion des labels et de créer une constante dans l'esprit du consommateur. Un autre danger est la capture du débat de l'élaboration des standards en une seule et même place. Ce danger n'est pas insurmontable. En effet, les craintes se fondent sur le fait que la lente unification des labels amène à ce que l'élaboration des standards soit centralisée. Le manque de dynamisme au sein de ce système centralisé lui serait léthal. Notre réponse est que ce danger n'est pas insurmontable. Selon notre opinion, elle réside dans la force institutionnelle du système de labellisation. Nous croyons qu'un système de labellisation qui possède les outils peut surmonter les difficultés qui lui feront face, comme le manque de dynamisme (l'outil adéquat pouvant être la possibilité de dialogue accrue entre les différents intérêts) par exemple.

Comme nous l'avons fait déjà remarquer dans l'introduction (Partie I), le système de labellisation transporte certaines limites qui lui sont inhérentes. En effet, le label n'est avant tout qu'un simple vecteur d'information (Partie I). Même si, finalement, les labels ne donnent pas l'information comme on l'entend, mais plutôt donnent le feu vert que certaines expectations sont remplies⁴⁴⁹. Par conséquent, l'information donnée est positive (Partie IV section 2). Néanmoins, il est également possible d'approcher l'information transmise d'une manière différente. La labellisation de comparaison offre à ce sujet un autre point de vue de réflexion (Partie IV section 2 §4b).

Somme toute, il nous est apparu au fil de la construction de ce mémoire que la labellisation ne résoudra pas les questions sociales et environnementales par elle-même (Partie I). Il semble que le salut ne pourra être approché que par une réflexion qui dépasse largement les systèmes de labellisation. Ce constat d'échec est relayé par l'« attitude behavior gap » faisant écho à la dissonance entre la politique d'achat du consommateur et ses idéaux⁴⁵⁰. Parier l'effectivité du droit sur la responsabilisation par information du consommateur, surinvestie⁴⁵¹, est peut-être s'attaquer à l'arbre qui cache la forêt. Auquel cas, finalement, la labellisation ne

⁴⁴⁹ UNEP, *op. cit.*, 2007 p. 11.

⁴⁵⁰ Ce « gap » est relevé par une doctrine abondante. Voy. en ce sens, J. Thøgersen, « Consumer behaviour and the environment: Which role for information? » Dans *Environment, information and consumer behavior*, sous la dir. De S. Krarup & C. S Russell (Eds.), Cheltenham Edward Elgar, 2005, pp. 51-63 ; A.-S. Binniger et al., « Étiquettes environnementales et consommation durable : des relations ambiguës en construction », *Revue de l'organisation responsable*, 2014/1, pp. 5-24.

⁴⁵¹ W. Margaret et S. Juliet, « Does changing a light bulb lead to change in the world. Political action and the conscious consumer », *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Novembre 2012, pp. 162-190 cité par S. Dubuisson-Quellier, *La consommation engagée*, 2ième ed., Paris: Sciences Po, Les presses, 2018, p. 49.

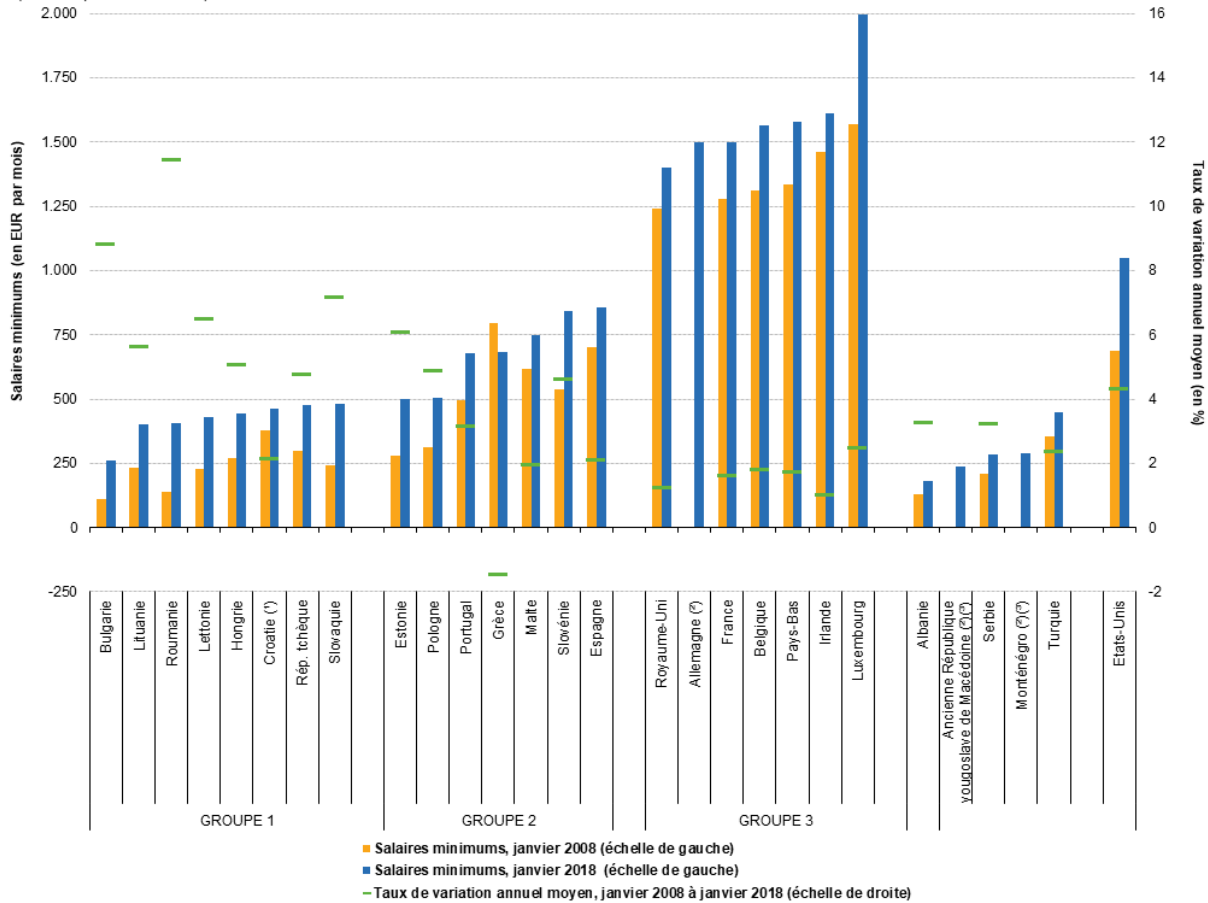
serait que « du vernis sur de la rouille »⁴⁵². Cependant, dans un monde où l'on est prioritairement enclin à vernir, il nous semblait opportun de pouvoir au moins bien l'appliquer.

⁴⁵² A. Calvino, « les friches, vernis sur de la rouille ? », *Monde diplomatique*, avril 2018, pp. 26-27.

Annexe

Salaires minimums, janvier 2008 et janvier 2018

(en EUR par mois et en %)



Remarque: Danemark, Italie, Chypre, Autriche, Finlande et Suède, pas de salaire minimum national.

(*) Janvier 2008 au lieu de janvier 2008.

(*) Janvier 2008 et évolution: non disponible.

(*) Janvier 2017 au lieu de janvier 2018.

Source: Eurostat (code des données en ligne: earn_mw_cur)

Bibliographie

I. Législation

- Européenne

- Règlement (CEE) No 2092/91 du Conseil du 24 juin 1991 concernant le mode de production biologique de produits agricoles et sa présentation sur les produits agricoles et les denrées alimentaires, *J.O.*, L 198 du 22 juillet.1991.
- Règlement (CEE) n° 880/92 du Conseil du 23 mars 1992 concernant un système communautaire d'attribution de label écologique, *J.O.*, L.99/1 du 11 avril 1992.
- Règlement (CE) no 1980/2000 du Parlement européen et du Conseil du 17 juillet 2000 établissant un système communautaire révisé d'attribution du label écologique, *J.O.*, L 237/1 du 21 septembre 2000.
- Règlement n° 509/2006 du Conseil du 20 mars 2006 relatif aux spécialités traditionnelles garanties des produits agricoles et des denrées alimentaires, *J. O.*, L 93/1 du 31 mars 2006.
- Règlement (CE) n° 510/2006 sur les indications géographiques et appellations d'origine, *J.O.*, L 93 du 31 mars 2006.
- Règlement n° 834/2007 du Conseil du 28 juin 2007 relatif à la production biologique et à l'étiquetage des produits biologiques, *J.O.*, L 189/1 du 20 juillet 2007.
- Règlement (CE) n° 864/2007 du Parlement européen et du Conseil du 11 juillet 2007 sur la loi applicable aux obligations non contractuelles (Rome II), *J.O.*, L 199/40 du 31 juillet 2007.
- Règlement (CE) n° 593/2008 du Parlement européen et du Conseil du 17 juin 2008 sur la loi applicable aux obligations contractuelles (Rome I), *J.O.*, L 177/6 du 4 juillet 2008.
- Règlement CE n° 765/2008 fixant les prescriptions relatives à l'accréditation et à la surveillance du marché pour la commercialisation des produits, *J.O.U.E.*, L 218 du 13 août 2008.
- Règlement (CE) n° 66/2010 du Parlement Européen et du Conseil du 25 novembre 2009 établissant le label écologique de l'UE, *J.O.*, L 27/1 du 30 janvier 2010.
- Traité sur l'Union Européenne (version consolidée), *J.O.*, C 326/13 du 26 octobre 2012.
- Traité sur le Fonctionnement de l'Union Européenne (version consolidée), *J.O.*, C 326/47 du 26 octobre 2012.
- Directive 2014/24/UE du Parlement Européen et du Conseil du 26 février 2014 sur la passation des marchés publics et abrogeant la directive 2004/18/CE, *J.O.*, L 94/65 du 28 mars 2014.
- Directive 2014/25/UE du parlement Européen et du Conseil du 26 février 2014 relative à la passation de marchés par des entités opérant dans les secteurs de l'eau, de l'énergie, des transports et des services postaux et abrogeant la directive 2004/17/CE, *J.O.*, L 94/243 du 28 mars 2014.
- Règlement (UE) 2017/1369 du Parlement Européen et du Conseil établissant un cadre pour l'étiquetage énergétique et abrogeant la directive 2010/30/UE (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE), *J.O.U.E.*, L 198/1 du 28 juillet 2017.

- Mondiale

- Convention (n°29) concernant le travail forcé ou obligatoire, Genève 1930, entrée en vigueur le 1^{er} mai 1932.
- Convention (n° 87) sur la liberté syndicale et la protection du droit syndical, San Francisco 1948, entrée en vigueur le 4 juillet 1950.
- Convention (n° 98) sur le droit d'organisation et de négociation collective, Genève 1949, entrée en vigueur le 18 juillet 1951.
- Convention (n° 100) sur l'égalité de rémunération, Genève 1951, entrée en vigueur le 23 mai 1953.

- Convention (n° 105) concernant l'abolition du travail forcé, Genève 1957, entrée en vigueur le 17 mai 1959.
 - Convention (n° 111) concernant la discrimination (emploi et profession), Genève 1958, entrée en vigueur le 15 juin 1960.
 - Convention (n° 138) sur l'âge minimum, Genève 1973, entrée en vigueur le 18 juin 1976.
 - Accord relatif aux aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, y compris le commerce des marchandises de contrefaçon (dit « Accord ADPIC ») conclu dans le cadre de l'Accord de Marrakech du 15 avril 1994 instituant l'Organisation mondiale du commerce.
 - OMC, « Accord du cycle d'Uruguay – Accord sur les obstacles techniques », Annexe 3 : Code de pratique pour l'élaboration, l'adoption et l'application des Normes.
 - OMC, « Accord du cycle d'Uruguay - Accord sur les obstacles techniques au commerce », 1994.
 - OMC, « Accord du cycle d'Uruguay - Accord général sur les accords douaniers et le commerce de 1994 », 1994.
 - OMC, « Accord du cycle d'Uruguay - Accords multilatéraux sur le commerce des marchandises. Note interprétative générale relative à l'annexe 1A », p. 23.
 - Déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail et son suivi, adoptée par la Conférence internationale du Travail à sa quatre-vingt-sixième session, Genève, 1998 (Annexe révisée le 15 juin 2010).
 - Convention (n° 182) sur les pires formes de travail des enfants, Genève 1999, entrée en vigueur le 19 novembre 2000.
 - Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle, *M.B.*, 13 juillet 2013.
- Belge
- Loi du 27 février 2002 visant à promouvoir la production socialement responsable, *M.B.*, 26 mars 2002.
 - Code de droit économique du 28 février 2013, *M.B.*, 29 mars 2013.
 - Circulaire du 16 mai 2014 sur l'intégration du développement durable, en ce compris les clauses sociales et les mesures favorisant les petites et moyennes entreprises, dans le cadre de marchés publics passés par les autorités adjudicatrices fédérales, *M.B.*, 25 mai 2014.

II. Jurisprudence

- CJUE
- CJUE, 5 octobre 2000, (République fédérale d'Allemagne contre Parlement et Conseil de l'Union Européenne), C-376/98.
- Conclusions de l'Avocat général Mme Juliane Kokott, C.J.U.E., 10 mai 2012, C-368/10 Commission c. Pays-Bas, pt. 93.
- OMC
- GATT Panel Report, *United States – Restrictions on Imports of Tuna* », DS21/R, 3 September 1991, unadopted, BISD 39S/155.

III. Doctrine :

- Article de revue
- Abbott K. W. et Duncan S., « Strengthening International Regulation through Transmittal New Governance: Overcoming the Orchestration Deficit », *Vand. J. Transnat'l L.*, 2009, pp. 501-578.
- Abderrazak C. et Adel B. Y., « Multiplicity of ecolabels, environment and competition », *Journal of Agriculture and Food Industrial Organization*, 2009, pp. 1-22.

- Aguilar F. X. et Cai Z., « Conjoint effect of environmental labeling, disclosure of forest of origin and price on consumer preferences for wood products in the US and UK », *Ecological Economics*, 2010, pp. 308-316.
- Albersmeier F., Schulze H. et Spiller A., « System dynamics in food quality certifications: development of an audit integrity system », *International Journal of Food System Dynamics*, 2010, pp. 69-81.
- Annunziata A., Ianuario S. et Pascale P., « Consumers' Attitudes Toward Labelling of Ethical Products: The Case of Organic and Fair-Trade Products », *Journal of Food Products Marketing*, 2011, pp. 533-534.
- Ascoly N. and Zeldenrust I., « Considering complaint mechanisms. An Important Tool for Code Monitoring and Verification », *Amsterdam SOMO*, 2003, pp. 1-31.
- Auld G. et Gulbrandsen L. H., « Transparency in nonstate certification: consequences for accountability and legitimacy », *Global environmental politics*, 2010, pp. 98-119.
- Auriol E. et Schilizzi S. G. M., « Quality signaling through certification in developing countries », *Journal of Development Economics*, 2015, pp. 105-121.
- Balineau G. et Dufeu I., « Are Fair Trade Goods Credence Goods? A New Proposal, with French Illustrations », *Journal of Business Ethics*, 2010, pp. 331-345.
- Barnard C., « To boldly go: social clauses in public procurement », *Industrial Law Journal*, July 2017, pp. 208-244.
- Bergeron H. et al., « Gouverner par les labels. Une comparaison des politiques de l'obésité et de la consommation durable », *Gouvernement et action publique*, 2014/3, pp. 7-31.
- Binniger A.-S. et al., « Étiquettes environnementales et consommation durable : des relations ambiguës en construction », *Revue de l'organisation responsable*, 2014/1, pp. 5-24.
- Bleda M. et Valente M., « Graded eco-labels: a demand-oriented approach to reduce pollution », *Technological Forecasting & Social Change*, 2009, pp. 512-524.
- Blend J. R. et van Ravensway E. O., « Measuring consumer demand for ecolabeled apples », *American Journal of Agricultural Economics*, 1999, pp. 1072-1077.
- Boemare C. et Hourcade J.-C., « Les instruments économiques au service de l'environnement : une efficacité mal comprise », *Les Cahiers français : documents d'actualité*, 2005, pp. 1-10.
- Bonroy O. et Constantos C., « On the economics of labels: how their introduction affects the functioning of markets and welfare of all participants », *Amer. J. Agr. Econ.*, 2015, pp. 239-259.
- Bonsi R., Hammett A. L. et Smith B., « Eco-labels and international trade: problems and solutions », *J. World Trade*, 2008, pp. 407-432.
- Borin N., Cerf D. C. et Krishnan R., « Consumer effects of environmental impact in product labeling », *Journal of Consumer Marketing*, 2011, pp. 76-86.
- Bougherara D. et Grolleau G., « L'éco-étiquetage des produits est-il crédible ? Proposition d'un cadre d'analyse », *Revue d'Economie Régionale & Urbaine*, 2004/3 juillet, pp. 369-390.
- Bougherara D., Grolleau G. et Thiébaud L., « Programmes d'éco-étiquetage et intervention publique », *Économie publique*, 2011, pp. 249-269.
- Bovens M., « Analysing and assessing accountability: a conceptual framework », *European Law Journal*, July 2007, pp. 447-468.
- Boy L., « Les programmes d'étiquetage écologique en Europe », *Revue Internationale de droit économique*, 2007/1, pp. 5-25.
- Boy L., « Labels écologiques et alimentaires : les enjeux de la réglementation européenne », *J.D.E.*, 2013, pp. 2-10.
- Brach S., Walsh G. et Shaw D., « Sustainable consumption and third-party certification labels: consumers' perceptions and reactions », *European Management Journal*, 2018, pp. 254-265.

- Branellec G., « D'une préservation volontaire de l'environnement par les entreprises à une préservation ordonnée ? », *Revue de l'organisation responsable*, 2015/1, pp. 5-15.
- Bratt C., Hallstedt S., Robert K.-H., Broman G. et Oldmark J., « Assessment of eco-labelling criteria development from a strategic sustainability perspective », *Journal of Cleaner Production*, 2011, p. 1631-1638.
- Brécard D., Hlaimi B., Lucas S., Perraudeau Y. et Salladarré F., « Determinants of demand for green products: An application to eco-label demand for fish in Europe », *Ecological Economics*, 2009, pp. 115-125.
- Brécard D., « Consumer confusion over the profusion of eco-labels: Lessons from a double differentiation model », *Ressource and Energy Economics*, 2014, pp. 64-84.
- Cai Z., Xie Y. et Aguilar F. X., « Eco-label credibility and retailer effects on green product purchasing intentions », *Forest Policy and Economics*, 2017, pp. 200-208.
- Castkla P. et Corbett C. J., « Governance of Eco-labels: expert opinion and media coverage », *J. Bus. Ethics*, 2016, pp. 309-326.
- Caswell J. A. et Padberg D. I., « Toward a more comprehensive theory of food labels », *American Journal of Agricultural Economics*, 1992, pp. 461-471.
- Cerri J., Testa F. et Rizzi F., « The more I care, the less I listen to you: how information, environmental concern and ethical production influence consumers' attitudes and the purchasing of sustainable products », *Journal of Cleaner Production*, 2018, pp. 343-353.
- Champeil-Desplats V., « Penser l'efficacité de la norme », *Keio Hôgaku*, 2014, pp. 1-8.
- Chase B. F., « Tropical forests and trade policy: the legality of unilateral attempts to promote sustainable development under the GATT », *Hastings Int'L & Comp. L. Rev.*, 1994, pp. 749-774.
- Chen W., Appolloni A., d'Amato A. et Zhu Q., « Green Public Procurement, missing concept and future trends- a critical review », *Journal of Cleaner Production*, 2018, pp. 770-784.
- Chen Y.-S. et Chang C.-H., « Greenwash and green trust: the mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk », *J. Bus Ethics*, 2013, pp. 489-500.
- Conroy M. E., « Branded! How the certification revolution is transforming global corporations, *Gabriola Island*, 2007, pp. 14-15
- Cooper T., « Picture this: promoting sustainable fisheries through ecolabeling and product certification », *10 Ocean & Coastal L.J.*, 2004-2005, pp. 1-49.
- Dangelico R. M., « What drives green product development and how do different antecedents affect market performance? A survey of Italian companies with Eco-labels », *Business Strategy and the Environment*, 2017, pp. 1144-1161.
- Darby, M. et Karni, E., « Free competition and the optimal amount of fraud », *Journal of Law and Economics*, 1973, pp. 67-88.
- De Chiara A., « Eco-labeled products: trend or tools for sustainability strategies? », *J. Bus Ethics*, 2016, pp. 161-172.
- Dekhili S. et Achabou M. A., « Pertinence d'une double labellisation biologique/écologique auprès des consommateurs : une application au cas des œufs », *Economie rurale*, juillet-août 2013, pp. 41-58.
- Dekhili S. et Achabou M. A., « Eco-labeling brand strategy: independent certification versus self-declaration », *European Business Review*, 2014, pp. 305-329.
- Delmas M. A. et Burbano V. C., « The drivers of greenwashing », *California Management Review*, 2011, pp. 64-87.
- De Pelsmacker P., Janssens W., Sterckx E., Mielants C., « Consumer preferences for the marketing of ethically labelled coffee », *International Marketing Review*, 2005, p. 512-530.

- D'Hollander D. et Marx A., « Strengthening private certification systems through public regulation. The case of sustainable public procurement », *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal* vol. 5 no. 1 (2014), p. 4.
- Dressard D., « Emballage et environnement » dans *La réglementation relative à l'étiquetage écologique*, 3e Congrès Européen, Bruxelles, 21-22nov. 1194.
- D'Souza C., Taghian M., Lamb P. et Peretiatko R., « Green decisions: demographics and consumer understanding of environmental labels », *International Journal of Consumer Studies*, 2007, pp. 371-376.
- Dudley N., « Timber trade: certification and monitoring », *World Wildlife Fund United Kingdom Report*, 1995, p. 3.
- Eberlein B., Abbott K. W., Black J., Meidinger E. et Wood S., « Transnational business governance interactions: Conceptualization and framework for analysis », *Regulation and Governance*, 2013, pp. 1-21.
- Engels G. et Grubler U., « Sustainable brands, eco-labels and the new EU certification mark », *Managing Intell. Prop.*, 2017, pp. 88-91.
- Erkişon C., « Can gree consumerism replace environmental regulation? A differentiated products example », *Ressource and energy economics*, 2004, pp. 281-293.
- Fliess B. et al., « CSR and Trade: Informing consumers about social and environmental conditions of globalized production: part I », *OECD Trade Policy Papers* n° 47, OECD publishing Paris, 2007, p. 22.
- Forstbauer K. et Parker J., « The role of ecolabeling in sustainable forest management », *J. Envt. L. & Litig.*, 1996, p. 187.
- Fraj E. et Martinez E., « Environmental values and lifestyles as determining factors of ecological consumer behaviour: an empirical analysis », *Journal of Consumer Marketing*, 2006, pp.133-144.
- Fruntes C., « Ecolabels- Important tools in developing a sustainable society. A global perspective », *Bulletin of the Transylvania University of Brasov*, 2014, pp. 267-274.
- Frydman B. « Comment penser le droit global ? » *Série des Workings Papers du Centre Perelman de Philosophie du Droit*, n°2012/01, pp. 1-27.
- Furlow N., « Greenwashing in the New Millennium », *Journal of Applied Business and Economics*, 2009, pp. 22-25.
- Glorieux M., « Le label social belge : une initiative à valeur d'exemple ? », *Reflets et perspectives de la vie économique*, 2009/4, pp. 99-107.
- Gossens Y. et al., « Qualitative assessment of eco-labels on fresh produce in Flanders (Belgium) highlights a potential intention-performance gap for the supply chain, *Journal of Cleaner Production*, 2017, p. 986-995.
- Grankvist G., Dahlstrand U. et Biel A., « The impact of environmental labelling on consumer preference: negative vs positive labels, *Journal of Consumer Policy*, 2004, pp. 213-230.
- Grant R. W. et Keohane R. O., « Accountability and Abuses of Power in World Politics », *The American Political Science Review*, Feb. 2005, pp. 29-43.
- Grolleau G. et Caswell J. A., « Interaction Between Food Attributes in Markets: The Case of Environmental Labeling », *Journal of Agricultural and Resource Economics*, December 2006, pp. 471-484.
- Grolleau G., Ibanez L., Mzoughi N. et Teisi M., « Helping eco-labels to fulfil their promises », *Climate policy*, 2016, pp. 792-802.
- Grunert K. G., Hieke S. et Wills J. « Sustainability labels on food products: consumer motivation, understanding and use », *Food Policy*, 2014, pp. 177-189.

- Hachez N. et Wouters J., « A glimpse at the democratic legitimacy of private standards. Assessing the public accountability of GLOBALG.A.P », *Journal of International Economic Law* 2008, pp. 677-710.
- Haq G. et Weiss M., « CO 2 labelling of passenger cars in Europe: Status, challenges and future prospects », *Energy Policy*, 2016, pp. 324-335.
- Harbaugh R., Maxwell J. W. et Roussillon B. « Label confusion: the groucho effect of uncertain standards », *Management Science*, 2011, pp. 1512-1527.
- Hauert C., M. Audétat, D. Bütschi, A. Kaufmann et J.-C. Graz, « Les arènes de la normalisation internationale à l'épreuve de la participation : le projet INTERNORM », *Participations*, 2016, p. 3.
- Hertz M., François J. et Durif F., « How consumers react to environmental information: an experimental study », *Journal of international consumer marketing*, 2017, pp. 162-178.
- Hopwood, B., Mellor, M. et O'Brien, G., « Sustainable development: mapping different approaches », *Sustainable Development*, Vol. 13 (2005) pp. 38-52.
- Horne Ralph E., « Limits to labels: the role of ecolabels in the assessment of product sustainability and routes to sustainable consumption », *International Journal of Consumer Studies*, 2009, pp. 175-182.
- Jahn G., Schramm M. et Spiller A., « The reliability of certification: Quality labels as a consumer policy tool », *Journal of Consumer Policy*, 2005, pp. 53-73.
- Janssen M. et Hamm U., « The mandatory EU logo for organic food: consumer perceptions », *Brit. Food. J.*, 2012, p. 335-352.
- Jasti S. et Kovacs S., « Use of trans fat information on food labels and its determinants in a multiethnic college student population », *J. Nutr. Educ. Behav.*, 2010, pp. 307-314.
- Jones A. R.W. et Williams G., « Perceptions of fair trade labelling and certification: three case studies », *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 2012, pp. 246-265.
- Joshi M., « Are Eco-Labels Consistent with World Trade Organization Agreements », *38 J. World Trade* 69, 2004, pp. 69-92.
- Karstens, B. et Belz, F.-M., « Information asymmetries, labels and trust in the German food market », *International Journal of Advertising*, 2006, pp. 189-211.
- Kijek T., « Modelling of eco-innovation diffusion: the EU eco-label », *Comparative Economic Research*, 2015, pp. 65-80.
- Kim H., « Eco-labels and competition: eco-certification effects on the market for environmental quality provision », *N.Y.U. Envt. L. J.*, 2015, pp. 181-224.
- Klintman, M. « A Review of Public Policies relating to the Use of Environmental Labelling and Information Schemes (ELIS) », *OECD Environment Working Papers*, No. 105, OECD Publishing, Paris, 2016, pp. 1-36.
- Kloecher J., « The power of eco-labels: communicating climate change using carbon footprint labels consistent with international trade regimes under WTO », *Climate L.*, 2012, pp. 209-230.
- Langen N. et Jansens D., « The bunch of sustainability labels- Do consumers differentiate? » *Journal of Cleaner Production*, 2017, pp. 1233-1245.
- Laroche M., Bergeron J. et Barbaro-Forleo G., « Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products », *J. Consum. Market.*, 2001, pp. 503-520.
- Lavallée S. et Barentsein K., « La régulation et l'harmonisation internationale des programmes d'écocertification sur les produits et les services », *Revue internationale de droit économique* 2004/1, pp. 47-77.
- Leire C. et Thidell A., « Product-related environmental information to guide consumer purchases- a review and analysis of research on perceptions, understanding and use among Nordic consumer », *Journal of Cleaner Production*, 2005, pp. 1061-1070.

- Lepage C., « Les véritables lacunes du droit de l'environnement », *Pouvoirs*, 2008/4, pp. 123-133.
- Loureiro M. L., « Rethinking new wines: implications of local and environmentally friendly labels », *Food Policy*, 2003, pp. 547-560.
- Lusk J. L., Nilsson T. et Foster K., « Public preferences and private choices: effect of altruism and free riding on demand for environmentally certified pork », *Environmental & Resource Economics*, 2007, pp. 499-521.
- Lynch J. W., « Determinants of effectiveness for environmental certification and labeling programs », 1994, pp. 1-98.
- Maguire K. B., Owens N. et Simon N. B., « The price premium for organic babyfood: a hedonic analysis », *Journal of Agricultural and Resource Economics*, April 2004, pp. 132-149.
- Manoj J., « Are ecolabels consistent with World Trade Agreement? », *Journal of World Trade*, 2004, pp. 69-92.
- Margaret W. et Juliet S., « Does changing a light bulb lead to change in the world. Political action and the conscious consumer », *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Novembre 2012, pp. 162-190.
- Marx A., « Global governance and the certification revolution types, trend and challenges », *Working Paper*, Novembre 2010, pp. 1-21.
- Marx A., « Varieties of legitimacy: a configurational institutional design analysis of eco-labels », *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 2013, pp. 268-287.
- Marx A., « Legitimacy, institutional design, and dispute settlement: the case of eco-certification systems », *Globalizations*, 2014, pp. 401-416.
- Mason C. F., « An economic model of ecolabeling », *Environmental modeling and assessment*, 2006, pp. 131-143.
- McMillan J., « La certification des produits et des services dans l'Union Européenne », *J. D. E.*, 2013, p. 134.
- Morenville C., « Label social belge : peut mieux faire ... », *Revue-démocratie*, 18 avril 2013.
- Moye A. P., « Private certification versus public certification in the international environmental arena: the marine stewardship council and marine eco-label Japan fisheries certification schemes as case studies », *Vand. J. Transnat'L.*, 2010, pp. 533-564.
- Muir E., « Drawing positive lessons from the presence of 'the social' outside of EU social policy », *EU Const.*, 2018, pp. 75-95.
- Nadai A., « Des conditions d'émergence d'un écolabel de produit [qualification environnementale des produits et échange marchand », *Economie Rurale*, 1998, pp. 32-40.
- Neamtu B. et Dragos D. C., « Sustainable public procurement: the use of eco-labels », *Eur. Procurement & Pub. Private Partnership L. Rev.*, 2015, pp. 92-101.
- Nelson. P., « Information and consumer behavior », *Journal of Political Economy*, 1970, pp. 311-329.
- Nihoul P. et Van Nieuwenhuyze E. « L'étiquetage des denrées alimentaires : une pondération réussie entre intérêts contradictoires », *J.D.E.*, 2012, pp. 237-243.
- Nikalaou I. E. et Kazantzidis L. « A sustainable consumption index/label to reduce information asymmetry among consumers and producers », *Sustainable Production and Consumption*, 2016, pp. 51-61.
- Nimon W. et Beghin J. « Are eco-labels valuable? Evidence from the apparel industry », *Amer. J. Agr. Econ.*, 1999, pp. 801-811.
- Petit Y., « Le droit international de l'environnement a la croisée des chemins : globalisation versus souveraineté nationale », *Revue juridique de l'environnement*, 2011/1, pp. 31-55.

- Prag, A., Lyon T. et Russillo A., « Multiplication of Environmental Labelling and Information Schemes (ELIS): Implications for Environment and Trade », *OECD Environment Working Papers*, No. 106, OECD Publishing, Paris, 2016, pp. 1-74.
- Rainville A., « Standards in green public procurement – a framework to enhance innovation », *Journal of Cleaner Production*, 2017, pp. 1029-1037.
- Semple A., « New EU procurement directives and SPP: Opening the floodgates? »
- Shao J., Taisch M. et Mier M. O., « Influencing factors to facilitate sustainable consumption: from the experts' viewpoints », *Journal of Cleaner Production*, 2017, pp. 203-216.
- Smith T. M. et Fischlein M., « Rival private governance network: competing to define the rules of sustainability performance », *Global Environmental Change*, 2010, pp. 511-522.
- Solidar Suisse, « Halte à l'exploitation dans le commerce du café », 2011.
- Sörqvist P. et al. «, The green halo: Mechanisms and limits of the eco-label effect », *Quality and Preference*, 2015, pp. 1-9.
- Steueur R., Berger G., Konrad A. et Martinuzzi A., « Sustainable public procurement in EU Member States: overview of government initiatives and selected cases », *Research Institute for Managing Sustainability*, Vienne, 2007, p. 3
- Subedi S. P., « Balancing international trade with environmental protection: international legal aspects of eco-labels », *Brook. J. Int'l L.*, 1999, pp. 373-405.
- Sucharipa-Behrmann L., « Austrian legislative efforts to regulate trade in tropical timber and timber products », *Austrian J. Pub & Int'l L.*, 1994, p. 285.
- Sutter E., « Certification et labellisation : un problème de confiance. Bref panorama de la situation actuelle », *Documentaliste-Sciences de l'Information*, 2005/4, pp. 284-290.
- Sylvander B., Lagrange L. et Monticelli C. « Les signes officiels de qualité et d'origine européens », *Economie rurale*, 2007, pp. 6-23.
- Tang E., Fryxell G. E. et Chow C. S. F., « Visual and verbal communication in the design of eco-label for green consumer products », *Journal of International Consumer Marketing*, 2004, pp. 85-105.
- Taufique K. Md R., Siwar C., Talib B., Sarah F. H. et Chamhuri N., « Synthesis of constructs for modeling consumers' understanding and perception of eco-labels », *Sustainability*, 2014, pp. 2176-2200.
- Teisl M. F., Roe B. et Hicks R. L. « Can Eco-labels tune a market? Evidence from dolphin-safe labelling », *Journal of Environmental Economics and Management*, 2002, pp. 339-359.
- Testa F., Iraldo F., Vacan A. et Ferrari E., « Why Eco-labels can be effective marketing tools: evidence from a study on Italian consumer », *Bus. Strat. Env.*, 2015, pp. 252-265.
- Torgler B. et Garcia-Valinas M. A., « The determinants of individuals attitudes towards preventing environmental damage », *Ecol. Econ.*, 2007, pp. 536-552.
- Valor C., Carrero I. et Redondo R., « The influence of knowledge and motivation on sustainable label use », *J Agric. Environ. Ethics*, 2014, pp. 591-607.
- van Amstel M., Driessen P. et Glasbergen P., « Eco-labelling and information asymmetry: a comparison of eco-labels in the Netherlands », *Journal of Cleaner Production*, 2008, pp. 263-276.
- Vranes E., « Climate labelling and the WTO. The 2010 EU ecolabelling programme as a test case under WTO law », *European Yearbook of International Economic Law*, 2011, pp. 1-26.
- Weiler J. H. H., « The transformation of Europe », *The Yale Law Journal*, June 1991, pp. 2403-2483.
- Windsor D., « Multi-level social institutions in conflict over sustainable development », *Critical Sociology*, 2018, pp. 286-302.
- Winston A., « 10 sustainable business stories that shaped 2015 », *Harvard Business Review*, 2015, pp. 1-7.

- Yenipazarli A., « The economics of eco-labeling: Standards, costs and prices », *Int. J. Production Economics*, 2015, pp. 275-286.

- Document officiel

Global Ecolabelling Network (GEN)

- Global Ecolabelling Network (GEN), « Introduction to ecolabelling », 2004, pp. 1-16.
- GEN « A member's guide to the global ecolabelling network's internationally coordinated ecolabelling system », non daté, pp. 1-20.

Organisation Internationale de Normalisation (ISO)

- Organisation Internationale de Normalisation (ISO), « Les étiquettes et déclarations environnementales – La contribution des normes ISO », Octobre 2012, p.2.

Organisation Mondiale du Commerce (OMC)

- GATT, « Report by ambassador H. Ukawa (Japan), Chairman of the group on environmental measures and international trade to the 49th session of the contracting parties », L/7402, 2 février 1994.

Nations Unies

- Commission mondiale sur l'environnement et le développement (CMED), « Notre avenir à tous (Rapport Brundtland) », 1987, pp. 1-349.
- UNEP, « The trade and environmental effects of ecolabels: assessment and response », *United Nations Environment Program*, Paris, 2005
- UNOPS, « A guide to environmental labels – for procurement practitioners of the United Nations System », 2009, pp. 1-38.
- Programme de développement durable à l'horizon 2030.
- U.N.G.A., « Rapport de la conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement », A/CONF.151/26 (vol. 1), 12 août 1992.

ISEAL

- ISEAL, « Code of good practice for setting social and environmental standards », (ISEAL Alliance 2010).
- ISEAL, « Principles for credible and effective sustainability standards systems », June 2013, pp. 1-17.
- ISEAL, « Code of good practice for setting social and environmental standards », *ISEAL Alliance*, Version 6.0, 2014.

Union Européenne

- Communication au Conseil et Parlement du 22 octobre 1996 sur la mise en œuvre du droit communautaire de l'environnement, COM (1996) 500 final.
- Commission Européenne, « Gouvernance européenne – Livre blanc », COM (2001) 428 final, pp. 1-40.
- Commission Européenne, « Livre vert : Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises », COM (2001) 366 final, pp. 1-35.
- Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen et au Comité économique et social européen, « Stratégie communautaire en matière de politique des consommateurs pour la période 2007-2013 - Responsabiliser le consommateur, améliorer son bien-être et le protéger efficacement », COM (2007) 99 final, pp. 1-15.
- Communication de la Commission au Parlement Européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au comité des régions relative à des marchés publics pour un environnement meilleur, COM (2008) 400 final, pp. 1-14.
- Communication de la Commission au Conseil, au Parlement Européen et au Comité économique et social européen, « contribuer au développement durable : le rôle du commerce équitable et des

systèmes non gouvernementaux d'assurance de la durabilité liés au commerce », COM (2009) 215 final, pp. 1-22.

- Commission Européenne, « acheter social ! Un guide sur les appels d'offres publics avec clauses de responsabilité sociale » 2010.
- Communication de la Commission, « Orientations de l'UE relative aux meilleures pratiques applicables aux systèmes de certification volontaires pour les produits agricoles et les denrées alimentaires », C-341/15, *J.O.U.E.*, 16 décembre 2010.
- Avis du Comité économique et social européen sur « La création d'un label social européen » (avis exploratoire), *J.O.*, C 76/20, 14 mars 2013, pp. 1-16.
- Décision No 1386/2013/UE du Parlement Européen et du Conseil du 20 novembre 2013 relative à un programme d'action général de l'Union pour l'environnement à l'horizon 2020 « Bien vivre, dans les limites de notre planète », *J.O.*, L 354/171 du 28 décembre 2013.
- Commission Européenne, « acheter vert ! un manuel sur les marchés publics écologiques », 3^{ème} édition, 2016.
- Special Eurobarometer 450, « EU consumer habits regarding fishery and aquaculture products », Summary 2016, pp. 1-28.
- Special Eurobarometer 468, « Attitudes of European citizens towards the environment », 2017, pp. 1-36.
- Communication de la Commission au Parlement Européen, au conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions, « Mise en place d'un socle européen des droits sociaux », COM (2017) 250 final.
- Communication de la Commission au Parlement Européen, au Conseil, au Comité économique, social européen et au comité des régions, « faire des marchés publics un outil efficace au service de l'Europe », COM (2017) 512 final.

OCDE

- OECD, « Ecolabelling: actual effects of selected programmes », *OECD/GD (97)105*, 1997, pp. 1-81.
- OCDE, « CSR and trade: informing consumers about social and environmental conditions of globalized production », TD/TC/WP (2006)17/ FINAL.
- OCDE, « Environmental labelling and information schemes », 2016, p. 5.

- Ouvrage

- Bergé J.-S. et Robin-Olivier S., *Droit européen (Union européenne – Conseil de l'Europe)*, PUF, 2^e éd., 2011, coll. Thémis, 540 p.
- Dubuisson-Quellier S., *La consommation engagée*, 2^{ème} ed., Paris: Sciences Po, Les presses, 2018.
- Kaesmacher D., *Les droits intellectuels*, Bruxelles, larcier, 2^{ème} édition, 2013.
- Krämer L., « Droit de l'environnement de l'Union Européenne », *Dossier de droit européen n° 23*, éditions helbing Lichtenhahn 2011.
- Mathély P., *Le droit français des signes distinctifs*, Paris, Librairie du Journal des notaires et des avocats, 1984.
- Ost F. et van de Kerchove M., *De la pyramide au réseau ? Pour une théorie dialectique du droit*, Bruxelles, 2002.
- Rodière P., *Traité de droit social européen*, Issy-les-Moulineaux, Librairie générale de droit et de jurisprudence, 2^{ème} édition, 2014.
- Thieffry P., *Traité de droit européen sur l'environnement*, Bruxelles, Bruylant, 2015, 3^{ème} édition.

- Contribution à un ouvrage

- Commaille J. et Jobert B., « Introduction. La régulation politique : l'émergence d'un nouveau régime de connaissance » dans *Les métamorphoses de la régulation politique*, sous la dir. De J. Commaille et B. Jobert, Paris, LGDJ, 1998.

- Crespi J. M. et Marette S., « Eco-labelling economics: is public involvement necessary? » dans *Environment, Information and Consumer behavior*, Elgar Publishing, sous la dir. De Krarup, S. et Russel E.C.S. (Eds), Cornwall, 2005, pp. 93-110.
- Dressard D. en collaboration avec Dessard D. et Tricot J., « Les labels de qualité belges et communautaires sans critères d'origine » dans *Les droits intellectuels* sous la direction scientifique de D. Kaesmacher, Bruxelles, Larcier, 2E édition, 2013.
- Jadot B. et de Sadeleer N., « L'organisation d'un régime de label écologique officiel : questions de droit de l'environnement et de droit public » dans *Le label écologique et le droit*, sous la dir. De B. Jadot et N. de Sadeleer, Bruxelles.
- John T., « Promoting "green" consumer behavior with eco-labels » dans *New Tools for Environmental Protection* sous la dir T. Diez et P. C. Sterns (eds.), Washington DC, National academy press, 2002.
- Maljean-Dubois S. et Bourrinet J., « L'outil économique en droit international et européen de l'environnement » dans *le Monde européen et international*, Paris, la documentation française, 2002.
- Rubik F., Scheer D. Sto E et Strandbakken P., « Background theoretical contributions, eco-labels and environmental policy » dans *The future of Eco-labelling: Making environmental product information system more effective* sous la dir. De F. Rubik, P. Frankl (eds.), Greenleaf publishing, 2005.
- Thøgersen J., « Consumer behaviour and the environment: Which role for information? » Dans *Environment, information and consumer behavior*, sous la dir. De S. Krarup & C. S Russell (Eds.), Cheltenham Edward Elgar, 2005.

IV. Divers

- Source internet:

- Dictionnaire Larousse, accessible sur <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/label/45761?q=label#45699>
 - Définition du commerce équitable du FINE (2001) disponible sur <http://www.commerceequitable.org/lecommerceequitable/definitions-cadres-legaux.html>
 - Dictionnaire d'Oxford en ligne, consulté le 12 juin 2018, disponible sur <https://en.oxforddictionaries.com/definition/eco-labelling>.
 - Discours du président de la banque mondiale de Novembre 2015 : <https://www.theguardian.com/global-development/2015/nov/23/historic-opportunity-end-poverty-will-be-lost-if-we-dont-tackle-climate-change>
 - Discours du pape à l'ONU : <https://eglise.catholique.fr/actualites/405357-discours-du-pape-francois-a-lonu/>.
 - Statistiques européennes sur le salaire minimum : [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Minimum_wages,_January_2008_and_January_2018_\(EUR_per_month_and_%25\)_FP18-fr.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Minimum_wages,_January_2008_and_January_2018_(EUR_per_month_and_%25)_FP18-fr.png).
- Article de presse
- Antoine Calvino, « les friches, vernis sur de la rouille ? », *Monde diplomatique*, avril 2018, pp. 26-27.

Place Montesquieu, 2 bte L2.07.01, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgique www.uclouvain.be/drt

