

Label, label, la belle affaire !

Le label, en matière de consommation, évoque toujours une notion de qualité ; une qualité définie réglementairement sur la base de critères plus ou moins vérifiés, dans le but de valoriser un produit avec une arrière-pensée, l'idée d'attirer le chaland.

C'est le cas des labels alimentaires, par ex. label rouge, label AOC, appellation d'origine contrôlée), un vêtement, (par ex. Origine France Garantie, Stop Flamme), une prestation (par ex. label RGE, Reconnu Garant de l'Environnement ou l'anneau de Moebius pour le tri), un site touristique (par ex. Plus beaux villages de France, Label Entreprise du patrimoine vivant).

Avec toujours, pour accompagner le label, un logo caractéristique et parlant.

(Nous vous conseillons la lecture d'un excellent dossier « label-appellation » sur quechoisir.org)

Le marketing s'est bien sûr emparé du concept de label et a inventé la règle des 5 P, (produit, prix, place, promotion, personnes), et pour parler plus précisément du produit touristique, ce dernier doit donc rassembler plusieurs facteurs fondamentaux : l'attraction touristique, les installations et les services proposés, l'accessibilité physique. Mais il est parfois difficile de s'y retrouver dans la multitude de labels de tourisme qui se confondent parfois avec des marques commerciales ou des appellations sans valeur ; on trouve de tout, du bon et du curieux : « Cittaslow », pour les villes du bien vivre, « Gîte Panda », pour des hébergements respectueux de l'environnement, « Bistrot de pays » pour les établissements de restauration qui soutiennent l'animation locale, « vignobles et découvertes », « accueil vélo »... j'en passe et des meilleurs, sans parler du Graal, le patrimoine mondial de l'UNESCO.

En France, le mot « label » (étymologiquement par l'anglais, étiquette) est réservé aux seules mentions officielles qui sont attribuées de manière nominative, publiées au Journal officiel, par une autorité reconnue, par ex ; l'INAO, Institut National de l'Origine et de la Qualité au Ministère de l'Agriculture. Il en existe d'autres, décernés par une multitude de qualifications commerciales, prix, diplômes, ou certifications émanant d'organismes privés. D'autres encore, sont parfois auto-décernés par le fabricant ou le distributeur sans que ne s'exerce le contrôle d'un organisme indépendant.

Ce qui est sûr, c'est que, certaines municipalités en raffolent : Sainte-Suzanne, en Mayenne, disposait de 6 labels en 2024 ; Saint-Guilhem le Désert, dans l'Hérault en affichait cinq ou six.

Évidemment, ces labels peuvent aider le consommateur-touriste à orienter ses choix pour organiser son séjour. Ils sont là pour ça. Et les retombées commerciales valent le coup. Mais cet aspect positif a sa contrepartie : la délivrance d'un label implique des exigences contraignantes ; en effet, le label, on vient de le dire, a nécessairement un impact déterminant sur le comportement du public et donc influence son choix. Et si un site labellisé ne répondait pas aux critères annoncés (et imposés), si les allégations étaient de nature à induire en erreur, on pourrait parler de pratiques commerciales trompeuses, une infraction décrite à l'article L121-1 du Code de la consommation.

Voyons maintenant de plus près comment fonctionne un label très recherché en cette période estivale, à la fois par les responsables locaux et les touristes, le Pavillon Bleu.

Le Pavillon bleu, c'est un label créé par l'association « Teragir » qui permet à des centaines de plages et de ports en France, et même dans le monde entier, de hisser le « blue flag », le drapeau à vague bleue dans un rond blanc, qui signifie que leurs eaux

sont d'une qualité irréprochable. Quiconque achète le sésame – car c'est payant – peut sans complexe lancer de grandes campagnes destinées à attirer l'estivant.

Obtenir cet écolabel ne va pas sans respecter certains critères : la qualité de l'eau, la sécurité, la gestion des déchets, l'éducation au développement durable, l'accessibilité, l'équipement et les services, la sobriété en eau, l'information des usagers.

Une fois labellisées par un jury national puis international, les communes doivent assurer un suivi quotidien pour continuer à répondre à ces critères. Pendant les mois de juillet et août, 4 auditeurs conseils de l'association « Teragir » visitent l'intégralité des sites pour vérifier leur qualité.

Concernant la qualité de l'eau, ce sont les Agences Régionales de Santé (ARD) qui s'en chargent, mais elles ne recherchent que deux bactéries pathogènes, Escherichia coli et les entérocoques. De là, à dire que les eaux sont irréprochables, c'est parfois un peu juste. Ainsi, algues vertes ou déchets aquatiques ne sont pas toujours pris en compte.

Quant au coût pour la commune, il faut compter entre 1000 et 2000 euros pour l'inscription, et surtout ensuite les investissements pour la mise aux normes exigées par le dossier.

Mais le jeu en vaut la chandelle.

En 2025, 492 sites ont obtenu le label Pavillon Bleu.

Frédéric Siuda, administrateur