



Sur la question d'un label RSE attribué aux entreprises

Un label est destiné généralement à différencier, à discriminer positivement un produit en lui attribuant des qualités particulières que n'ont pas les autres produits de même type. L'idée séduit car elle oriente et facilite le choix du consommateur.

Un label est relativement simple à décerner lorsqu'il s'agit d'un produit à faible transformation industrielle, tels que les produits agricoles et alimentaires ou les produits du commerce équitable¹. Lorsqu'il s'agit d'un produit complexe, le label est attribué sur un critère précis de qualité ou de sécurité ou de respect de l'environnement ou tout autre critère.

L'idée d'attribuer un label à des « entreprises socialement responsables » (comme il en est question dans la loi Grenelle 1 et au niveau de l'Union européenne) se heurte à des difficultés autrement plus importantes.

Il faudrait déjà cerner ce qu'on entend par « entreprise » : unité de production, société, groupe (niveau national, international)...

Il faudrait ensuite déterminer des critères permettant de dire ce qui est « socialement responsable » et ce qui ne l'est pas. La tâche est évidemment complexe compte tenu de la diversité des aspects de la RSE et de sa multi-dimensionnalité.

Se pose également une question de principe : est-ce au marché (généralement sourd et aveugle) de décider de la qualité sociale et environnementale d'une entreprise ? Pourquoi le consommateur serait-il plus pertinent que le citoyen ?

Se posent également toute une série de questions plus ou moins techniques :

- Le label ne permet pas d'appréciation nuancée : c'est un choix binaire (oui/non) ; on sait en matière de RSE, que rien n'est totalement blanc ou totalement noir, que certains aspects peuvent être correctement traités et d'autres non et que l'un ne compense pas l'autre.
- Pour être fiable, la labellisation suppose la mise en place d'un dispositif complexe : un référentiel qui définit les normes, les exigences à respecter ; des auditeurs indépendants et compétents chargés de vérifier la conformité du candidat aux exigences du référentiel ; des règles déontologiques et un organisme d'accréditation des auditeurs ; un organisme de délivrance du label.

¹ Les spécialistes du commerce équitable reconnaissent néanmoins que ce n'est pas si simple.

- Cela suppose donc le déploiement de quatre corps qui doivent être indépendants les uns des autres² ;, ce qui représente un coût important :
 - o l'organisme normalisateur qui définit des principes et les critères et le périmètre de responsabilité pour établir le référentiel ;
 - o un corps d'auditeurs dûment accrédités ;
 - o un organisme d'accréditation des auditeurs chargé de la vérification de leur indépendance et de leurs compétences ;
 - o un organisme de délivrance du label, s'appuyant sur les travaux des auditeurs.
- Les audits (notamment sociaux) peuvent être particulièrement difficiles à réaliser dans des pays lointains, peu scrupuleux en ce qui concerne le respect des droits de l'Homme et des droits sociaux (les exemples ne manquent pas de labels ou de certifications sociales ayant été attribués à tort).

D'une manière générale, cette complexité explique les échecs passés, les reculs et les hésitations face à la question des labels RSE :

- Le groupe des consommateurs à l'ISO avait eu l'idée produire un label, lorsque débuta la réflexion sur l'ISO 26000 ; cette perspective a été rapidement abandonnée.
- La certification SA 8000 est très critiquée et sa portée est limitée ; elle sert surtout à donner bonne conscience aux donneurs d'ordre occidentaux.
- Le label social belge dont les conditions d'attribution s'étaient pourtant entourées d'un maximum de garanties (notamment gouvernementales) est un cuisant échec ; il aura surtout servi de moyen de protectionnisme pour les entreprises belges.
- Le label CGEM au Maroc est finalement attribué à des entreprises qui respectent la législation.
- En France, le groupe de réflexion sur le label RSE (suite à Grenelle 1) a souligné que le paysage est confus. Son rapport traduit bien l'embarras des pouvoirs publics à répondre aux exigences de la loi Grenelle 1.

En conclusion, il apparaît que l'idée d'un label RSE relève de la fausse bonne idée.

Position du FCRSE : Du fait des limites énumérées ci-dessus, la position du FCRSE sera de ne pas répondre favorablement aux propositions de création d'un **label RSE pour les entreprises** – voire de s'y opposer.

Cette position laisse la liberté aux membres du Forum d'apprécier diversement des labels plus spécifiques (de produits ou de services, de certaines normes de qualité,...).

² Admis mondialement par les professions de l'audit depuis l'affaire Enron.