La salade des labels

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **38 (2001)**

Heft 1486

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1010680

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

La salade des labels

Dans le cadre du programme européen Interreg II, la Fédération romande des consommateurs et le Centre Technique Régional de la Consommation Rhône-Alpes ont organisé une journée de conférences sur le thème des signes de qualité dans l'agroalimentaire. Cette réflexion a également donné lieu à un sondage, réalisé parallèlement en Suisse et France.

Critères déterminant le choix

«Le consommateur achète en premier avec son cœur, ensuite il met la main sur son porte-monnaie, finalement il chausse ses lunettes», dixit la représentante de l'Institut National Français de la Consommation (INC). Plus de 90% des personnes interrogées, en effet, mentionnent l'aspect et la fraîcheur comme premier critère important. Le prix vient en seconde position; la composition, l'utilisation pratique et la provenance, quant à eux, ne guident les choix que de 40% des consommateurs environ.

A noter que le classement par ordre d'importance des critères varie légèrement entre la France et la Suisse; dans notre pays, la composition devance le prix.

Marques ou labels?

Une forte majorité de consommateurs affirme faire la différence entre une marque commerciale et un label. Le Label Rouge est le signe le plus connu par les Français, comme par les Suisses (73%). Le label suisse spontanément le plus cité est le Bourgeon (14,5%); il est suivi par COOP Natura Plan (9%), qui est pourtant typiquement une marque commerciale. Preuve que la salade des labels est une réalité: plus de 1000 noms ont été cités sur le quelque neuf cent questionnaires remplis par les Romands!

Conséquence logique de cette jungle des labels, les consommateurs leur accordent une confiance à géométrie variable. Moins de 13% des sondés suisses considèrent toujours le label lors de leurs achats. 65,5% quelquefois. Quant à la marque, 7% des Romands y prêtent toujours attention, 78% quelquefois.

Des sensibilités différentes

En France voisine, un label est avant tout perçu comme un gage de qualité supérieure. Chez nous par contre, il évoque le mode de production.

Dans le cadre de la construction européenne, 76% des Suisses se prononcent en faveur d'une normalisation, permettant l'utilisation des mêmes logos et labels sur tout le continent. Cela leur permettrait avant tout un choix facilité à l'étranger (63%). Cela entraînerait également une amélioration de la qualité (62%) et une standardisation des produits (53%).

Pas de label officiel en Suisse

En Suisse comme en France, la situation en matière de signes de reconnaissance est peu satisfaisante pour le consommateur. La surenchère des appellations entraîne plus la confusion que l'information. Il existe cependant quelques différences majeures entre les deux pays. Contrairement à la France, la Suisse ne protège que les dénominations – biologiques, AOC, IGP – mais ne détermine pas le visuel. Ce qui explique, notamment pour le bio, le foisonnement de sigles présents sur le marché suisse, pour des critères d'exigences pratiquement équivalents.

J'achète mieux, septembre 2001, No 295.

IMPRESSUM
Rédacteur responsable:
Jean-Daniel Delley (jd)
Rédaction:
Géraldine Savary (gs)
Ont collaboré à ce numéro:
Gérard Escher (ge), André Gavillet (ag), Yvette Jaggi (yj), Charles-F. Pochon (cfp), Albert Tille (at)
Forum:
Dan Gallin
Composition et maquette:
Allegra Chapuis
Géraldine Savary
Responsable administratif:
Marco Danesi
Impression:
Rusckstuhl SA, Renens
Abonnement annuel: 100 francs
Étudiants, apprentis: 60 francs
@bonnement e-mail: 80 francs
Administration, rédaction:
Saint-Pierre 1, cp 2612
1002 Lausanne
Téléphone: 021/312 69 10
Télécopie: 021/312 80 40
E-mail: domaine.public@span.ch
CCP: 10-15527-9
www.domainepublic.ch

Expo

Laténium

Les Neuchâtelois se sont offerts et nous ont offert, merci, un musée archéologique vivant. C'est d'abord la mise en valeur d'un parc et d'un paysage superbes, tout le lac se découvrant en enfilade, avec le mouvement si harmonieux de ses rives qui semblent, sous cet angle, n'avoir pas été urbanisées.

Outre l'animation du parc (maison lacustre, barque reconstruite à l'identique, surfaces archéologiques), à souligner les plans d'eau surélevés restituant les niveaux antérieurs du lac et offrant aux salles ouest du musée des prolongements plaisants dans le jeu vitré extérieur et intérieur.

L'exposition elle-même est conçue en remontant le temps. C'est à la fois, depuis la renaissance et le moyen-âge, l'histoire de ce pays qui n'était pas encore un canton, mais qui, à l'âge du bronze et du fer, a livré des objets-témoins exceptionnels d'une civilisation implantée sur les rives du lac. La Tène a eu l'honneur de donner son nom à une période de l'âge du fer. La civilisation celte a laissé relativement peu de pièces en Europe. On le constate au Musée du Mont Beurray que François Mitterand a fait construire au pied de la citadelle de Bibracte. En comparaison européenne, le Laténium est exceptionnellement riche en objets celtes ornementaux et pratiques d'une remarquable finesse. Cette réussite permet de ne pas désespérer de la vitalité cantonale. *ag*