

Le maquis de la qualité est parfois impénétrable, et il faut débroussailler tous ces termes de normes, labels, chartes, certification, référentiels, ...

Référentiel

Ensemble d'exigences servant de référence, de guide pour la construction et la vérification d'un système. C'est un modèle d'exigences.

Exemple : Ref 132 QualiFormAgri, référentiel d'Engagement de service des établissements publics du Ministère de l'agriculture et de l'alimentation.

Les normes, labels, certifications...

Norme : lancée à l'initiative des acteurs du marché, une norme volontaire est un cadre de référence qui vise à fournir des lignes directrices, des prescriptions techniques ou qualitatives pour des produits, services ou pratiques au service de l'intérêt général. Elle est le fruit d'une co-production consensuelle entre les professionnels et les utilisateurs qui se sont engagés dans son élaboration. Toute organisation peut ou non s'y référer. C'est pourquoi la norme est dite volontaire. Elle agit comme un cadre de référence pour tous les secteurs professionnels.

La réglementation relève des pouvoirs publics. Elle est l'expression d'une loi, d'un règlement et son application est imposée. A contrario, les normes revêtent un caractère volontaire. S'y conformer n'est pas une obligation. Elles traduisent l'engagement des entreprises à satisfaire un niveau de qualité et sécurité reconnu et approuvé. Les normes volontaires peuvent soutenir la réglementation en étant citées comme documents de référence. Seules 1 % des normes sont d'application obligatoire (source Afnor).

Pour aller plus loin : <https://normalisation.afnor.org/foire-aux-questions/>

Label : la notion de label est définie en droit français dans le code de la consommation, en particulier dans le domaine agroalimentaire via les articles L. 115-21 à L. 115-26, lesquels concernent les « denrées alimentaires et les produits agricoles non alimentaires et non transformés » (article L. 115-21).

Le label apparaît alors dans cette configuration comme une certification de conformité à des règles définies dans un cahier des charges, c'est-à-dire un document regroupant un certain nombre d'exigences, et permettant de garantir un niveau de qualité supérieur des produits labellisés (exemple du Label rouge).

Cette notion de label acquiert une valeur plus relative lorsqu'elle est appliquée à d'autres secteurs d'activités ou d'autres thématiques que celles du domaine agroalimentaire ou hors du cadre réglementaire. Aussi, il n'existe plus, dans ces cas, de définition précise sur ce que recouvre l'appellation « label ».

La valeur accordée par le marché au label s'en remet de fait à la pertinence du cahier des charges constitué et du dispositif de labellisation qui l'accompagne, ainsi qu'à la crédibilité du panel d'acteurs ayant participé à son élaboration.

Les labels reposent sur un cahier des charges spécifique élaboré par une profession ou un ministère. C'est une commission externe multipartite pilotée par l'organisme de certification qui délivre au client cette attestation pour 3 ans, constatant son exemplarité dans tel ou tel domaine. Diversité, Egalité professionnelle, Marianne, Origine France Garantie...

Tableau 1.1 – Comparatif des marques de reconnaissance (Source : Afnor Certification)	
Certification de services	Labellisation
Réglementation spécifique	Pas de cadre réglementaire
Référentiel déposé au <i>Journal officiel</i>	
Les engagements pris doivent être mesurables et orientés clients.	Les critères du cahier des charges doivent porter essentiellement sur des exigences de moyens.
Cycle de certification sur 3 ans pour des marques de type AES ou ASC et à définir pour la NF	Cycle de labellisation variable.
Prise de décision par les experts dans le domaine d'AFNOR Certification	Modalités de prise de décision à définir selon les labels
Délivrance d'un certificat	Délivrance d'une attestation de labellisation
Propriétaire de la marque : Afnor	Propriétaire de la marque : Afnor ou le porteur de projet

En conclusion, on retiendra tout simplement comme principe général, qu'un label est une marque de reconnaissance par une tierce partie d'un dispositif mis en œuvre par un organisme sur un thème précis, par rapport aux dispositions d'un cahier des charges et ce au moyen, notamment, d'évaluations récurrentes sur site ou non.

Certification : Une **certification** est une procédure par laquelle un organisme agréé et extérieur à une entreprise garantit que : un produit, un service, un système d'organisation, un processus..., répond aux exigences d'une norme.

Les demandes de certification ou de normalisation, auprès d'organismes agréés, sont faites par les entreprises qui souhaitent :

- répondre à une exigence réglementaire,
- avoir un atout supplémentaire face à la concurrence,
- mettre leurs clients en confiance.

La certification est un gage de qualité.

Les engagements de service

Un engagement de service est un référentiel d'engagements qu'une entreprise, une profession, prend vis-à-vis de ses clients/bénéficiaires. La certification sur un engagement de service a pour objectif de garantir le respect des engagements décrits dans le référentiel. C'est le cas du référentiel 132 QualiFormAgri.

La certification de services est une démarche qui permet à toute entreprise de faire certifier par un organisme tiers (organisme certificateur) les caractéristiques de ses services.

La certification (ou standard) de services est une certification d'engagements de services. Elle s'applique directement aux caractéristiques du service rendu. Elle s'adresse plus particulièrement aux consommateurs (particuliers) ou, de façon générale, aux utilisateurs finaux d'une prestation. Elle porte sur le respect des engagements consignés dans un référentiel de certification (critères très concrets et directement perceptibles par le client) et apporte ainsi des garanties sur la qualité du service rendu.

Les engagements peuvent porter, par exemple, sur l'accueil, l'information, l'ingénierie mise en place, la formation du personnel et le respect de divers engagements de l'entreprise (délai de réponse, de réalisation, accompagnement des bénéficiaires...). Les caractéristiques choisies sont celles qui répondent le mieux aux attentes des clients, elles doivent être objectives et contrôlables.