

spécificités ou, plus globalement, de leur hétérogénéité. La situation actuelle tend à appliquer certains types de normes par métier, et l'on ne raisonne pas selon l'entreprise elle-même, et encore moins selon les compétences du chef d'entreprise. Ces normes ou qualifications, qui font l'objet d'une deuxième section, connaissent un tel développement qu'il devient nécessaire de les répertorier afin de juger de leur intérêt concurrentiel et commercial. Ainsi, les organismes professionnels et les institutions spécifiques à l'Artisanat, qui reçoivent l'ensemble des informations, sont, encore aujourd'hui, bien souvent dépassés par l'ampleur de la tâche à entreprendre. Comment choisir les informations pertinentes, dans quels secteurs s'appliquent tels types de normes et comment diffuser l'essentiel à l'ensemble des entreprises concernées du secteur considéré ? Comment regrouper les différentes possibilités de qualifications suivant le type d'entreprise et d'artisan ? Comment les artisans intègrent ces changements et quelles en sont les conséquences sur la gestion de l'entreprise artisanale ?

C'est sur cette dernière interrogation que s'ouvre notre seconde partie. Nous proposons d'adapter les nouvelles qualifications ou les qualifications existantes aux divers types d'entreprises artisanales pour déterminer les différentes options en terme de choix stratégiques. Cependant, pour aborder ce concept de qualification dans un cadre stratégique, il est nécessaire de préciser quel type de qualité nous souhaitons évoquer. Selon Auvolat (5) : « la qualité résulte toujours d'un point de vue qui sert de référence et dépend donc des différents acteurs qui interviennent dans sa définition et des rapports de force qu'ils entretiennent. De leur confrontation-concertation résulte un point de vue qui s'impose à tous et qui devient le repère socialement admis dans une situation socio-économique donnée. Le repère peut changer avec une transformation des rapports sociaux, économiques ou technologiques. »

Mais lorsque les acteurs se sont entendus, la qualité devient « l'aptitude d'un produit ou d'un service à satisfaire les besoins - exprimés ou potentiels - des utilisateurs. » (6) Ainsi, « la qualité (prise au sens large, donc englobant les facettes statistique, commerciale, économique, socio-organisationnelle...) est un facteur-clé de [la] compétitivité, de plus en plus d'entreprises occidentales ont développé ces dernières années leur stratégie-qualité. » (7) Les approches actuelles sont évidemment multiples et diverses telle l'approche instrumentale-technique (développement des méthodes de prévention et de contrôle : amélioration de la qualité du produit) ou l'approche instrumentale socio-organisationnelle (dispositif de cercles de qualité). Cependant, nous préférons privilégier l'approche la plus récente et peut-être la plus complète malgré ses limites, c'est-à-dire l'approche intégrée, globale ... (8)

Ces différents problèmes de méthode apparaissent essentiellement pour tous les secteurs non intégrés dans une filière ou minoritairement sous-traitants. Nous verrons dans une première section que la plupart des métiers artisanaux refusent la « qualité du produit » selon des normes non issues de leurs propres critères. Ils préfèrent aborder cette qualité non du point de vue du produit en tant que finalité, mais au niveau de l'homme qui crée ce produit. Ils revendiquent en priorité une qualification des producteurs afin d'obtenir, par voie de conséquence, des produits de qualité. C'est le savoir-faire propre au métier qui définit un mode de production spécifique et adapté pour une meilleure conception des produits. Il s'agit d'une logique inverse à celle de l'Industrie : ce n'est pas la qualité

souhaitée du produit qui détermine la structure de l'entreprise, mais l'artisan et son métier qui transcendent les matières pour proposer un produit de qualité.

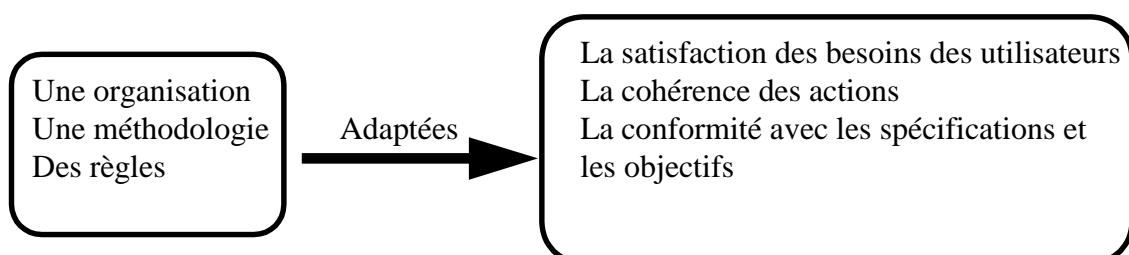
Par contre, la seconde section montre que lorsqu'une entreprise artisanale travaille pour une entreprise de type industriel, la mise en place des normes et des qualifications s'adapte automatiquement, puisqu'elle doit répondre à un cahier des charges spécifique. Mais c'est un cas particulier de confrontation à la demande de qualité : il s'agit d'une absence de participation que nous qualifions d'« active », et qui se traduit par une obligation « passive ». Les secteurs de l'Artisanat intégrés dans des filières de production industrielles sont contraints d'utiliser les outils ou matériels normalisés. Ainsi, notre troisième section s'intéressera à ces secteurs spécifiques qui permettent de comprendre comment les normes s'imposent à l'ensemble des acteurs du système économique et pourquoi certains chefs d'entreprises artisanales peuvent opter pour une certification de leur entreprise grâce à leurs propres qualités organisationnelles.

PREMIERE PARTIE: LA DEMARCHE QUALITE ET LES DIFFERENTS TYPES D'ENTREPRISES ARTISANALES CONDUISENT A...

«La notion de qualité est vraisemblablement présente depuis fort longtemps dans l'activité humaine. L'artisan, l'apprenti et leurs maîtres ne l'ignoraient évidemment pas. » (9). Cependant, les recherches actuelles accentuent beaucoup plus leur approche sur les grandes entreprises ou sur les entreprises industrielles. De plus, les courants s'intéressant à la qualité insistent plus spécifiquement sur le concept de Qualité Totale, qui apparaît complètement déconnecté de la réalité artisanale. Ce sont pourtant plus de 800.000 entreprises qui peuvent être concernées : il nous semble important de cerner les possibilités qui sont offertes afin d'intégrer les très petites entreprises aux recherches sur le management. C'est pourquoi nous présentons une classification de ces entreprises nous permettant d'adapter les options de qualification existantes.

Section 1 : Quels types d'entreprises artisanales...? :

Le but de toute démarche qualité est de répondre à des insatisfactions ou à des dysfonctionnements constatés dans l'entreprise. Cela correspond à une remise en cause du produit, du service, ou plus généralement de l'organisation de l'entreprise. Le dirigeant doit alors déterminer les causes de ces dysfonctionnements ou chercher un moyen plus efficace pour réduire les coûts de « non-qualité ». La démarche qualité demande une mise en oeuvre d'un ensemble de dispositions préétablies destinées à rassurer quant à l'obtention de la qualité requise. Ces dispositions peuvent prendre la forme du schéma suivant :



Cependant, le dirigeant d'une entreprise artisanale qui souhaite modifier sa démarche qualité imagine difficilement la remise en cause des différents points proposés. Ainsi, la modification envisageable de son organisation lui paraît la plupart du temps inconcevable. De plus, les notions de méthodologie et de procédures sont pratiquement incompatibles avec sa notion propre de l'entreprise. Il se tourne beaucoup plus volontiers vers des règles imposées, car elles lui apparaissent comme une nécessité légale plus que comme un choix stratégique. C'est pourquoi les institutions administratives ou les organismes professionnels préfèrent leur proposer des démarches « clés en main ». Le management stratégique par la qualité reste bien souvent au niveau des possibilités de qualification. L'artisan revendique une qualité issue de la qualification des producteurs de biens et de services, des savoir-faire propres aux métiers. Si la qualification n'est pas identique à la qualité, on ne peut cependant pas opposer les deux notions ; mais c'est dans la différence entre ces deux niveaux d'analyse que peuvent se développer des conflits et des incompréhensions entre artisanat et industrie.

Il est alors possible d'illustrer notre commentaire par des prises de positions plus tranchées. Si nous reprenons la présentation d'Auvolat (10), nous constatons qu'il existe deux grands types d'Artisanat : le premier est constitué par les Métiers d'Art, où la qualité normative est remplacée, sur un marché local, par celle du producteur et par la sensibilité esthétique des acheteurs (pas de règle, ni de mesure) ; le second regroupe les activités de pose sans grande qualification mais avec une grande qualité, par l'association de la demande spécifique avec la normalisation industrielle. Cette représentation de l'artisanat rejoint la typologie d'Abric (11) qui reprend, dans son étude sur l'image de marque des artisans selon leur clientèle, l'idée de l'existence de deux catégories principales: « l'artisan-travailleur » et « l'artisan-artiste ».

Nous rejoignons ces classifications des entreprises artisanales, bien que ce ne soit qu'une position extrême, permettant de poser les bases de notre propre typologie pour affiner la démarche stratégique et étudier les qualifications adaptées aux profils d'entreprises artisanales.

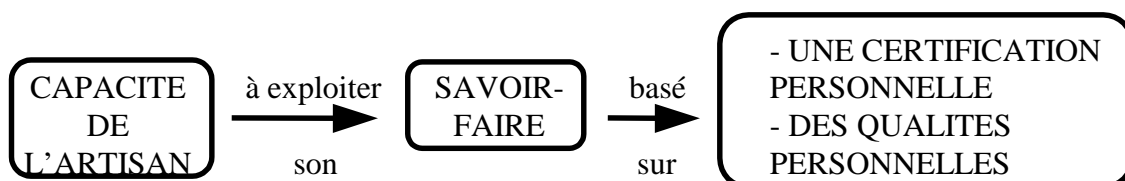
1/ Artisan traditionnel et entreprise traditionnelle :

La catégorie qui ne laisse aucun doute quant à sa définition est celle de l'artisan traditionnel. Il apparaît pour tous, auteurs ou consommateurs, comme un homme profondément imprégné des valeurs anciennes du Compagnonnage. Pour lui, les étapes essentielles de sa vie sont liées à son expérience et à son apprentissage. La promotion sociale s'acquiert grâce aux échelons qu'il atteint. L'apprentissage du métier se fait selon une structure ordonnée de positions que chaque agent a occupées, occupe, ou occupera avec une probabilité objective suffisamment forte pour que ses espérances aient un effet significatif sur la définition même de sa position présente. Ainsi, son entreprise reflète complètement ses propres buts. L'entreprise traditionnelle n'est pas une organisation intéressée par le profit ou la croissance. Elle souhaite simplement

survivre et procurer à son propriétaire travail et place dans la société. A l'intérieur de l'entreprise, tout tourne autour de l'entrepreneur : les buts de l'entreprise sont les siens, la stratégie reflète sa vision personnelle de la place de l'organisation dans le monde.

L'artisan traditionnel ne pense pas en terme de gestion ou de rationalité économique, mais se contente de faire du mieux possible ce pour quoi il a été formé. Sa raison de vivre c'est son métier, ses relations à la matière. De plus, c'est l'image classique de l'artisan telle que ses clients peuvent se le représenter, un archétype qui reste fortement ancré dans les mentalités.

La vision que nous avons de l'artisan traditionnel est traduite par le schéma suivant :



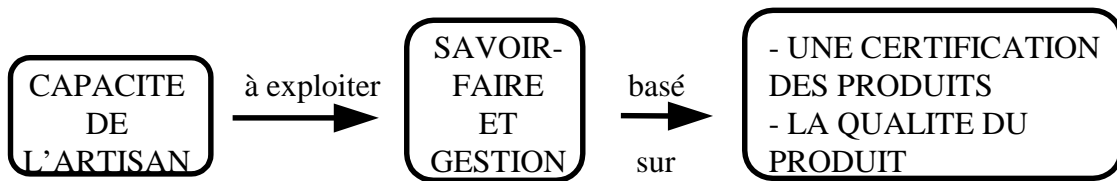
2/ Artisan opportuniste et entreprise opportuniste :

Un des buts de cet artisan se conçoit sous une « attitude renouvelée à l'égard de son environnement, pouvant être perçue comme une source d'opportunité du fait de son désordre et non de sa régulation forte ». (12). Sa priorité est d'échapper à un système qu'il a connu ou dont il a entendu parler et qui ne correspond pas à ses aspirations personnelles. « Il est en opposition avec le travailleur salarié d'une entreprise » (13) non seulement car il apparaît plus qualifié en terme de techniques mais surtout grâce à des qualités humaines et professionnelles, à l'antinomie du monde industriel. de court terme sans objectif de transmission de patrimoine à de quelconques descendants. Nous pouvons parler de société se voulant « sans héritiers ». Nous passons d'une vision traditionnelle à une vision « opportuniste ». L'artisan opportuniste est plus intéressé par la recherche des besoins non ou mal satisfaits que par les problèmes techniques (secteur ouvert à la concurrence, compétitivité par les coûts, dépendance par rapport à un marché, sous-traitance, réactif et défensif.)

Néanmoins, il semble se dégager de la littérature une nette préférence pour l'indépendance. Ce sont des personnes qui répugnent à rechercher des capitaux extérieurs pour conserver une indépendance financière et garder la main mise sur leur affaire. Ils souhaitent voir la croissance de leur entreprise mais sous la condition d'autonomie. L'entreprise opportuniste apparaît comme une organisation qui souhaite accroître ses bénéfices et acquérir une position favorable dans le champ concurrentiel. Elle s'intéresse à ses concurrents mais ne possède que rarement les moyens de les contrer. C'est pour cette raison qu'elle se situe, dans la majorité des cas, dans un rapport contractualisé avec la filière industrielle. Bien peu réussissent à s'intégrer dans une filière artisanale et en parallèle avec l'industrie.

Il ressort des typologies précédentes que cette catégorie d'entreprises artisanales est pratiquement dominée par les filières industrielles à la recherche de partenaires performants dans la qualité et la rapidité d'exécution. La recherche de la croissance pour l'artisan opportuniste passe par l'acceptation des rapports contractuels et par une perte d'indépendance quant à la conception des produits. Pour certains, c'est un véritable échec, tandis que d'autres envisagent la situation comme une phase transitoire

permettant l'apprentissage d'un marché concurrentiel et comme un test pour l'intégration des pratiques de gestion.



3/ Artisan entrepreneur et entreprise moderniste

L'artisan, même dépositaire d'une certaine tradition, est confronté à la mutation des techniques, technologies, et méthodes. Même les métiers les plus traditionnels doivent s'adapter aux mutations techniques et technologiques et requièrent de nouvelles qualifications. L'artisan est comme l'artiste exigeant sur la qualité de son oeuvre, toujours en recherche d'une compétence nouvelle, d'une innovation à introduire pour l'appliquer à sa production. L'artisan-entrepreneur a un projet qu'il a ou non testé mais qui lui tient à coeur et il intègre les pratiques de gestion.

Ces artisans sont insérés dans l'économie dominante, investissent beaucoup. Ils n'hésitent pas à être épaulés par les banques et les technologies les plus sophistiquées. Notre entrepreneur correspond au « CAP » de Marchesnay (14), dont les buts essentiels sont la recherche de la croissance de son activité et l'autonomie de décision, même s'il n'hésite pas à s'endetter. Il est peu motivé par la pérennité de son affaire et peut même souhaiter changer souvent d'activité dans sa carrière (secteur plus entrepreneurial, compétitivité par la différenciation, politique de services, pro-actif, gestionnaire et technicien, intégration de l'innovation et offensif.)

L'entreprise artisanale entre réellement dans le marché concurrentiel, c'est une entreprise véritable, « consciente » de ses buts, de l'importance de son environnement et surtout de sa maîtrise, et qui attache une attention particulière à sa mission. Bien entendu, elle conserve la caractéristique essentielle des entreprises artisanales, c'est-à-dire l'excellence de son métier. Dans un souci de compétitivité, elle y ajoute une compétence au niveau de la gestion.

Les typologies précédentes proposent à notre avis l'éventail des critères représentatifs de l'entreprise artisanale moderniste. Nous pensons que la différence majeure avec les autres entreprises réside dans la prise de conscience de l'existence d'un marché et d'une possibilité de compétitivité dans - ou malgré - la concurrence. De plus, l'intégration de la technologie et des pratiques de gestion dans la différenciation constitue un atout dans la maîtrise du métier. L'entreprise moderniste ne se recentre pas sur son métier, puisqu'il constitue son savoir-faire, mais elle apprend à assimiler d'autres domaines tout aussi importants.



Après avoir présenté les démarches qualité envisageables du point de vue du dirigeant de l'entreprise artisanale et dans un but stratégique, nous allons vérifier si les qualifications existantes peuvent s'appliquer à ces très petites entreprises.

Section 2 : ... pour une multiplicité de qualifications ?

Depuis quelques années, la certification des produits et des services connaît un tel développement que seuls quelques initiés s'y retrouvent. C'est pour cette raison que nous avons jugé utile de reprendre, dans une classification, les possibilités existantes afin de mieux comprendre leur intérêt concurrentiel et commercial.

1°) Les qualifications obligatoires ou imposées :

Certains produits sont normés indépendamment du choix de l'utilisateur : ainsi, un peintre utilisera une certaine marque de peinture selon son choix mais les composants de cette peinture sont prédéterminés.

a) les normes: elles correspondent à un consensus nécessaire entre les différents intérêts en jeu. La norme en France trouve son application dans la mise en place de l'AFNOR, établissement d'utilité publique, créé en 1941. « Partie de la logique industrielle, puis des impératifs de l'assurance, la norme devient un enjeu du droit réglant les conflits entre producteurs, fournisseurs et consommateurs ». (15)

S'il y a consensus autour du besoin de normes, la pratique n'a pas de rapide développement et le gouvernement cherche à améliorer le fonctionnement des organismes normalisateurs. C'est là l'objectif de la nouvelle procédure des certificats de qualification des produits.

b) les certificats de qualification des produits : cette nouvelle procédure impulsée par la loi Scrivener (n°78-23 du 10.1.78) propose la diffusion des certificats délivrés par des organismes agréés par le Ministère de l'industrie et attestent la qualité des produits selon des grilles définies par ces organismes (le secteur du bâtiment est particulièrement concerné par ces certificats).

Ces normes ou certificats de qualification ont un caractère légal et par conséquent obligatoire surtout lorsqu'ils touchent à l'hygiène des produits alimentaires (contrôles vétérinaires), et à la santé publique... Ainsi, la certification dans l'industrie (norme NF) montre comment une marque peut devenir un véritable atout qualité et un quasi-monopole qui n'a guère laissé de place à d'autres formes de certification. Pour faciliter les échanges commerciaux, les entreprises industrielles ont vite pris l'habitude de fabriquer leurs produits à partir de normes de qualité reconnues internationalement.

2°) Les différents labels, de la création à la reconnaissance par les pouvoirs publics et les associations de consommateurs :

La présentation des labels existants permet de proposer des labels purement commerciaux, c'est-à-dire ayant uniquement un impact marketing, jusqu'aux véritables labels certifiés par des organismes agréés.

a) Les labels purement commerciaux : le développement de l'auto-labelisation.

« Toute entreprise a le droit d'imaginer un signe de qualité propre à ses produits, tant qu'elle n'introduit pas de confusion avec un vrai label, qu'elle ne revendique pas une véritable certification de qualité ou qu'elle n'a pas recours à des affirmations mensongères. Nombre de sociétés, dont la notoriété suffit à être une garantie de qualité vis-à-vis du consommateur, ne voient donc pas l'intérêt d'engager une procédure de certification. » (16) Cela conduit les entreprises à créer des griffes, pour se différencier au niveau de l'image du produit, des labels, indiquant la provenance du produit, ou bien d'associer un nom de lieu pour profiter d'une notoriété existante. Ainsi, un entrepreneur a relancé ses marrons glacés en les « rebaptisant Marrons glacés de Collobrières afin de profiter de la renommée de la châtaigneraie millénaire de la commune. Sous cette appellation commerciale, il espère redonner ses lettres de noblesse à une production naturelle et artisanale ». (17)

Cela peut aussi être l'obtention d'un label commercial extérieur, ou l'influence de l'association à une image de luxe, comme le « made in France » qui n'a pas de valeur particulière et qui garde pourtant un impact commercial puissant. Par exemple, certains secteurs menacés, tels que le meuble, affichent leur fabrication en France comme un gage de qualité.

b) Les labels déontologiques :

Face à la montée grandissante des revendications des consommateurs quant à la fabrication, certaines entreprises qui font fabriquer leurs produits dans le tiers-monde ont choisi d'utiliser des labels « éthiques » comme signe de qualité. Cela demande un véritable contrôle auprès des fournisseurs, mais cette volonté de transparence amène les entreprises à proposer un label social international qui reste encore en perspective.

c) Les garanties de marques :

Dans certains cas, la qualité de la marque n'est garantie que par la notoriété de l'entreprise ; dans d'autres, il s'agit d'un premier pas vers la certification.

Les distributeurs exigent de leurs fournisseurs le respect du cahier des charges. Ils sont contrôlés par des ingénieurs qualité des enseignes ; mais il ne s'agit pas de certification officielle puisque les cahiers des charges restent secrets.

d) La certification pour les produits agroalimentaires :

Les entreprises agroalimentaires sont un bon exemple d'une utilisation réussie des labels de qualité. Largement reconnus par les consommateurs, ils permettent souvent une augmentation des ventes (l'AOC : garantie de l'origine du produit ; le « label rouge » : garantie de la qualité du produit, le label « AB » : Agriculture d'origine bio à 95% ; la certification de conformité : signe de qualité des produits selon des caractéristiques

précises certifiées ; la norme « NF Agroalimentaire » : limitée à deux produits, le hareng fumé et le tonnyu).

e) La certification ISO des services:

La certification ISO 9000 ne se limite plus aux seuls industriels: depuis trois ans, les services ont souhaité pouvoir l'adopter, surtout lorsqu'elles ont une clientèle de professionnels: en effet, de plus en plus de donneurs d'ordre certifiés exigent de leurs fournisseurs une certification ISO.

f) La certification de services sans l'ISO :

Depuis sa création en mars 1995, la certification de service a séduit près de 500 entreprises (37 référentiels : listes d'engagements concrets garantis au client final publiés au JO) en leur permettant d'offrir à leur clientèle des garanties en matière de services... avec la caution d'un organisme certificateur indépendant. L'objectif est évidemment de permettre au consommateur de distinguer les professionnels capables de lui apporter « un plus » en matière de services. Mais, selon les secteurs, la certification permet aussi de lutter contre les grandes chaînes de distribution, ou bien de mettre en valeur les entreprises qui respectent la législation lorsque les autres ne le font pas.

3°) Les qualifications professionnelles :

Les labels artisanaux qualifient en priorité le professionnalisme du dirigeant ou de ses employés. C'est tout d'abord la reconnaissance d'une compétence par l'obtention d'un diplôme, c'est-à-dire une qualification « reconnue par les pouvoirs publics » qui prend la forme d'un CAP et/ou d'un BEP. C'est la condition nécessaire pour prétendre au statut d'artisan, dans le sens où celui-ci est avant tout un homme de métier. C'est le critère de qualification le plus important puisqu'il prouve de manière formelle les capacités de l'homme. Ainsi, pour pouvoir prétendre au « label artisan », cinq conditions sont requises. Le minimum de qualification professionnelle est déterminé par arrêté ministériel en fonction des diplômes ou de l'exercice prolongé du métier. Certains diplômes donnent automatiquement la qualification d'artisan s'il s'y ajoute deux années de pratique professionnelle dans le métier considéré (brevet de technicien supérieur, diplôme universitaire de technologie, diplôme et titre d'ingénieur). Ces qualifications restent encore rares dans le secteur artisanal, c'est pourquoi une commission des qualifications est chargée d'examiner les demandes et de se prononcer en fonction d'un décompte de points déterminé par décret. Quant au titre de maître-artisan, il faut être titulaire d'un diplôme de maîtrise ou d'un équivalent pour s'en prévaloir.

Du point de vue du consommateur, la qualité est plutôt basée sur des critères de confiance issus des principes de tradition respectés par les artisans, de leur expérience professionnelle et de l'ancienneté plus que sur des accréditations officielles. Pour les artisans, « la pratique professionnelle et la formation permanente apparaissent plus efficaces car elles répondent à la nécessaire adaptation de l'artisanat aux situations nouvelles » (18).

Cependant, le titre d'artisan n'est pas nécessaire pour ouvrir une entreprise artisanale : il confère seulement quelques avantages plus honorifiques qu'économiques, ce qui

explique sans doute le peu de demandes de titre de qualification. Les titres sont mentionnés au Répertoire des Métiers et peuvent être utilisés dans tous les documents émanant du chef d'entreprise. Le titulaire du titre peut utiliser la marque distinctive, précisant le métier d'attribution. Mais cette marque ne garantit pas les qualités intrinsèques ou les spécificités techniques des produits ou prestations concernés.

C'est pour cette raison que les labels professionnels ont été créés : ils sont internes à la profession et constituent en fait des clubs de qualité liant leurs membres par des chartes spécifiques définissant des pratiques (méthodes clairement affichées). Les artisans qui adhèrent à ces associations intègrent une image de marque collective et, en même temps, obtiennent une possibilité de promotion publicitaire globale. Cependant, ces labels regroupent les artisans selon leur appartenance à un métier et non par rapport à l'Artisanat qui, pourtant, peut devenir un label en soi. Mais pour cela, il semble nécessaire de bien comprendre les attentes de chacun, consommateurs et producteurs. « L'idée d'un label de qualité artisanale suscite des réactions dans lesquelles on retrouve certainement ce mélange de satisfaction de l'état actuel, de méfiance envers les certifications officielles, mais aussi parfois de besoin d'une sécurisation par la réglementation. » (19)

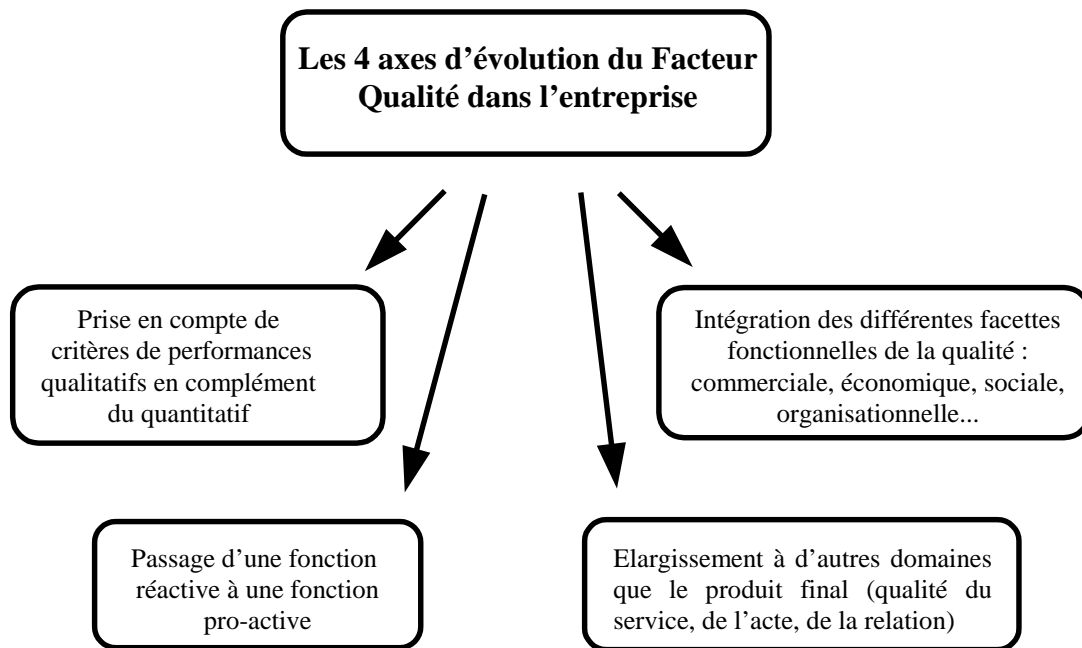
D'ailleurs, la disparité des labels existants démontre la volonté des chefs d'entreprise de promouvoir leur production et, pour cela, d'utiliser tous les moyens mis à leur disposition ou d'en créer de nouveaux. C'est cet état d'esprit qui semble manquer aux dirigeants artisanaux, dont la plupart ne voit pas l'intérêt d'associer leurs produits ou leurs services artisanaux à une démarche qualité. Cela apparaît pourtant nécessaire si les artisans veulent pouvoir prétendre à s'ouvrir aux marchés, à s'insérer dans le tissu économique national et à valoriser et/ou faire reconnaître l'activité artisanale; en d'autres termes, à concevoir une véritable stratégie d'entreprise.

DEUXIEME PARTIE: DIFFERENTES POSSIBILITES EN TERME DE CHOIX STRATEGIQUES

« La qualité est jugée stratégique car il est désormais incontestable que sa maîtrise constitue un puissant facteur de performance, à plusieurs niveaux » (20). Elle permet non seulement l'évitement de coûts de non-qualité ou une amélioration de la maîtrise des procédés, mais surtout, elle accroît la notoriété interne et externe de l'entreprise. Cette vision de la démarche qualité et de ses avantages reste malgré tout assez éloignée des préoccupations principales des chefs d'entreprises artisanales. Les artisans perçoivent la qualité comme une valeur ajoutée par le savoir-faire sur un produit ou un service. Ce sont les notions combinées de savoir-faire et de qualité qui constituent la valeur fondamentale du produit. Au lieu de partir, comme dans le secteur industriel, de la qualité nécessaire du produit pour remonter à une qualification du personnel, « la

qualification artisanale est la réponse des artisans face à la production banalisée réalisée par des salariés déqualifiés ». (21)

Ainsi, l'application de la démarche qualité conçue pour les entreprises industrielles nécessite une prise en compte des spécificités artisanales. L'entreprise artisanale est confrontée à différentes facettes de la qualité : il apparaît malgré tout qu'elle n'est pas concernée par l'ensemble des axes d'évolution de la qualité, comme le schéma suivant le démontre :



Les quatre axes proposés par Hermel demandent un repositionnement par rapport aux attentes et aux besoins réels des dirigeants d'entreprises artisanales et/ou des clients de ces entreprises. Ainsi, le Conseil Economique et Social insiste sur la nature des rapports de l'artisan à sa clientèle en confirmant « la qualité du service rendu par l'artisan du quartier » (22).

C'est pourquoi nous souhaitons démontrer dans cette seconde partie que la différence fondamentale dans l'approche de la qualité entre les différents types d'artisans est la formalisation de cette qualité latente dans l'esprit de métier (au sens large) en un concept stratégique. « Dans toute entreprise, on peut trouver des processus qui offrent une valeur ajoutée au client. Pourtant, peu d'entreprises les considèrent comme l'objet principal de leur stratégie ». (23)

Section 1: La certification de l'artisan selon des qualités personnelles: la qualification professionnelle.

L'artisan se définit auprès des consommateurs comme un homme de métier, qui maîtrise certaines techniques pour réaliser un produit final de qualité. Le CES résume cette compétence propre à l'artisan par la réponse à « un certain besoin d'authenticité, de qualité, d'originalité, de non-standardisation qui marque de plus en plus le goût des consommateurs ». (24)

Ce type d'artisanat qualifié de traditionnel correspond aux Métiers d'Art, à l'artisanat de proximité, rural ou urbain, qui rend des services plus qu'il ne vend ses produits. Le but premier de ces artisans, au-delà de la rentabilité et du chiffre d'affaires, touche davantage à la réalisation personnelle dans un métier qui permet de vivre, voire de survivre. Il est difficile de parler de véritable stratégie alors que ces artisans ont à peine intégré les autres fonctions que celle de la production dans leur entreprise. D'ailleurs, une vérification auprès d'un échantillon de la population artisanale permet d'illustrer ce type de comportement. Lors de l'enquête réalisée en janvier 1997 par la Chambre de Métiers de Meurthe-et-Moselle à la question « envisagez-vous d'entreprendre une démarche de certification ? » (25), seuls 16,68% des chefs d'entreprises ont répondu favorablement, avec un pourcentage plus important pour la catégorie des 26/45 ans (19,21%). Il apparaît aussi que l'intégration d'une modification dans leur organisation diminue de façon inversement proportionnelle au vieillissement du dirigeant.

De plus, cette nécessité de la prise en compte d'une démarche qualité varie en fonction du secteur d'activités : près de 40% pour les entreprises de terrassement et de canalisations, d'installation électrique, de réhabilitation de bâtiment, de mécanique générale. Nous reviendrons sur ce type d'entreprises dans les sections suivantes. Par contre, pour toutes les activités qui ont peu ou pas de lien avec le secteur industriel, la démarche de certification reste marginale. Nous pouvons en déduire que ce type d'artisanat « oppose les labels qualifiant les hommes et leur capacité à s'adapter aux labels qualifiant les produits, préférant qualifier la cause plutôt que les effets ». (26)

La seule stratégie envisageable en terme de normes, labels ou garanties de marques, réside dans la qualité inhérente au produit, c'est-à-dire les matières premières qui le composent. C'est donc dans le choix du fournisseur que réside la pierre d'angle de la qualité. Par contre, l'artisan peut se différencier dans la transformation de ces matières et dans la valeur ajoutée apportée au client : proximité, accueil, communication... « En fait, il apparaît que ceux qui assurent une fabrication maison avec succès diversifient leur gamme (...), modifient régulièrement leur production (...), personnalisent leur étalage ». (27).

Cette stratégie retrace le premier axe exposé par Hermel, à savoir la prise en compte de critères de performances qualitatifs en compléments du quantitatifs. Cependant, nous restons plus nuancé car la base de tout travail artisanal repose sur un excellent niveau de culture technique. A contrario, nous sommes loin du passage à une fonction pro-active, l'artisan conservant une attitude passive, à peine réactive. En effet, face à la concurrence des grandes surfaces qui ont élevé leur niveau de qualité, les réactions des artisans restent limitées et individuelles. En ce qui concerne l'intégration de la qualité aux autres fonctions présumées existantes dans une entreprise, il est essentiel de comprendre que ce type d'artisan ne conçoit pas de séparation entre ses différentes actions. Pire, il estime en règle générale que la fonction administrative, par exemple, s'impose à lui en termes d'obligations fiscales ou juridiques. Il est aussi plus commerçant que commercial, ce qui lui permet d'associer naturellement au produit final une qualité de relation ou de service. « La qualité du service personnel et le sentiment de la part du consommateur qu'un service individualisé et sensible à ses besoins lui est offert paraissent diminuer, au-delà d'un certain seuil, avec la taille de la firme ». (28)

Pour certaines activités très spécifiques à l'artisanat, la qualité est plus qu'une stratégie, elle est la condition sine qua non de l'existence de l'entreprise. Le travail se réalise manuellement, dans le respect des procédés traditionnels, voire même avec des reproductions exactes d'outils anciens que l'artisan a préalablement fabriqués. Le processus d'exécution exige un haut niveau de qualification et parfois de culture. Il maîtrise à la fois la connaissance des matériaux et les techniques de mécanique. C'est d'ailleurs ce qui a permis à certains métiers de ne pas disparaître, même en gardant une connotation marginale comme la fabrication de fûts ou de tonneaux, ou encore en développant la qualité jusqu'à en faire un luxe. Dans ce dernier cas, la qualité du produit ne nécessite même pas une quelconque certification : parfois seul le nom de l'artisan garantit la satisfaction du client. C'est dans ces cas que l'on peut parler de certification personnelle, dans le sens où c'est le chef de l'entreprise artisanale qui détient le savoir-faire de l'entreprise.

Cependant, les qualités personnelles ne sont pas toujours suffisantes pour permettre une différenciation de l'entreprise face à ses concurrents : la certification du produit apparaît alors comme une nécessité stratégique.

Section 2 : la certification des produits basée sur la qualité du produit ou du service.

« L'étude des procédures de qualification des produits et de normalisation montre que les artisans en sont le plus souvent exclus ou absents. L'exclusion semble avoir pour origine l'inadéquation entre le produit artisanal et le produit normalisable. » (29)

Certifier un produit, c'est attester de l'existence, chez le producteur, d'une organisation destinée à garantir sa conformité à des normes ou à des spécifications techniques établies d'un commun accord entre utilisateurs et producteurs. Les produits font alors l'objet d'un certificat de qualification délivré par un organisme neutre et officiel appelé organisme certificateur. Comme pour les produits, la qualité de service correspond au niveau d'excellence que l'entreprise a choisi d'atteindre pour satisfaire sa clientèle cible. L'ensemble des prestations est conforme au prix, à l'image et à la réputation en cours du produit de base. Le certificat de qualification apporte une garantie dans les échanges entre entreprises et vis-à-vis de l'utilisateur. Il constitue, dans le cadre du marché unique européen, un élément de choix déterminant pour les consommateurs. La certification du produit constituera une voie privilégiée pour l'apposition de la marque CE.

La certification des produits est un moyen de contrôle de la production, issu d'une concertation entre l'Industrie, les pouvoirs publics et les consommateurs. Il s'impose à la production industrielle pour réduire les risques de défauts et, plus largement, de pertes en terme de chiffre d'affaires. Nous ne souhaitons pas développer cet aspect de la qualité, en tant que Qualité Totale, car le mode de production de l'artisanat limite le contrôle a posteriori. Cependant, nous ne pouvons ignorer certaines activités artisanales qui relèvent de la sous-traitance d'un secteur industriel. Cette catégorie d'entreprises artisanales va généralement tendre vers une certification de l'entreprise afin de rassurer, ou bien en étant contrainte par son donneur d'ordres.

Cependant, certains produits artisanaux, bien que difficilement normalisables, peuvent être contraints de se conformer aux exigences légales. C'est surtout le cas lorsqu'il s'agit de produits présentant des risques aux yeux des juristes. Nous entendons par

risque tout ce qui est susceptible de porter un préjudice physique aux consommateurs. D'ailleurs, dans le cadre de l'harmonisation des normes européennes, chaque conception de produit peut être remise en cause du jour au lendemain : c'est l'exemple des critères obligatoires d'hygiène pour la réalisation de certains fromages dont les composants ou la réalisation posent problème à l'exportation. L'officialisation de la qualité du produit et de sa correspondance aux normes en vigueur est la condition obligée pour la mise en vente sur le marché. Les normes s'imposent non seulement au marché, mais c'est de plus en plus le marché qui réclame la multiplication des normes.

D'autre part, l'objectif de la certification officielle peut également être de mettre en confiance le consommateur ou de répondre à un fort engagement de la concurrence. L'image de marque d'un secteur par son engagement dans la voie légale permet alors de différencier l'entreprise. C'est une stratégie relativement courante de différencier le produit par rapport à l'image qu'il procure au consommateur : cela permet de s'identifier à une marque qui véhicule un message que l'acheteur désire s'approprier. Cela peut aussi aider une entreprise qui subit l'influence néfaste de l'ensemble de la profession. L'exemple le plus évident est la mobilisation de la filière bovine autour de l'origine de la viande de boeufs. La certification de produits est parfois une nécessité : elle peut être un simple comportement réactif face à une concurrence déjà armée de certification et offrir un avantage pour lutter contre ces firmes. Mais cela devient réellement stratégique lorsque le chef d'entreprise opte pour la certification de façon pro-active en élargissant sa conception de la qualité.

Les entreprises artisanales ne sont pas uniquement concernées par la concurrence entre firmes de la même taille ou avec des grandes structures mais, surtout pour certains secteurs, par le travail au noir. Ainsi, la marque NF service vise à garantir au consommateur que les prestations d'une entreprise de service donnée respectent les critères définis dans une norme technique officielle. De plus, les critères passés en revue par l'AFNOR avant délivrance de la marque pour trois ans ne nécessitent pas de grande modification dans une entreprise spécialisée qui travaille dans les règles.

Adapter à une entreprise artisanale des normes prévues à l'origine pour l'industrie n'est toutefois pas simple. C'est pourquoi il est primordial de bien évaluer l'intérêt concurrentiel et commercial, car ces démarches sont très coûteuses (plusieurs dizaines de milliers de francs), longues (au minimum un an) et très lourdes administrativement. Pour un artisan qui s'investit dans la gestion de son entreprise, cela demande beaucoup trop de travail et de temps par rapport à ce qu'il estime nécessaire. Il est important de comprendre qu'un dirigeant d'entreprise artisanale préfère avant tout se réaliser dans l'exécution d'une tâche plus manuelle, c'est-à-dire plus à l'atelier que dans les bureaux. S'il accepte de se plier aux obligations administratives, il hésite toutefois à se lancer dans des procédures à l'infini. Lorsque le dirigeant accepte d'associer à sa fonction de producteur celle de gestionnaire, celle-ci reste encore limitée, c'est-à-dire qu'elle est plus fonctionnelle qu'organisationnelle.

Nous pouvons alors nous demander si « face à la labélisation industrielle n'y aurait-il pas à promouvoir une labélisation artisanale? Une telle stratégie requiert une connivence avec la puissance publique, un poids politique important et une orientation précise, mais aussi une surveillance et un contrôle très vigilants à l'égard des ressortissants ». (30)

Effectivement, la certification des produits est généralement une seconde phase dans la démarche de la qualité. Il semble important pour aboutir à une intégration sans heurts de la labélisation industrielle que l'artisan ait non seulement intégré ses qualités personnelles (plus souvent comprises comme des valeurs personnelles) pour s'intéresser à la qualité extrasèque du produit et donc demander une certification de sa production. Cette stratégie qualité s'adresse donc à un autre type d'artisan que celui que nous avons décrit dans la première section. Il ne s'agit pas d'une stratégie s'appliquant à un secteur, même s'il est évident que les certifications proposées sont inhérentes à chaque activité (il paraît délicat de vouloir apposer un AOC sur une installation électrique), mais d'une stratégie choisie par un certain profil de dirigeant. A partir des attentes de ces artisans, il serait intéressant de définir une qualification artisanale certifiant une différence face aux produits banalisables comme elle existe dans certains secteurs (boulangerie, boucherie, prestations de services...). Cette certification pourrait s'intercaler entre l'artisanat d'art qui ne nécessite aucune législation et un artisanat de pose, qui utilise les normes industrielles spécifiquement, ce qui tend à accroître la dépendance de l'artisanat face à l'industrie : une norme artisanale intégrant les avantages des obligations légales tout en se démarquant grâce à une qualité du produit issue de la seule qualification du dirigeant. Mais si les dirigeants souhaitent certifier, à la fois, la qualité de leurs compétences et celles de leurs collaborateurs, des diverses fonctions existantes dans l'entreprise ainsi que de leurs produits, alors la qualité est un concept inhérent à leur stratégie générale, et il paraît plus pragmatique de certifier l'entreprise plutôt que chaque facteur séparément.

Section 3 : la certification de l'entreprise grâce à une qualité organisationnelle.

La certification des entreprises et celle des produits sont plutôt complémentaires : la première part de l'organisation générale de l'entreprise pour améliorer par progrès successifs la garantie sur le produit final, la deuxième concerne plus spécifiquement le produit et sa ligne de production. Cependant, la certification de conformité d'un produit ne peut se faire que si un référentiel officiel existe. Ce n'est pas le cas, notamment pour les produits fabriqués sur devis, la majorité des produits fabriqués en petite série ou la plupart des services. Ces exemples décrivent essentiellement les caractéristiques des produits ou services artisanaux qui sont difficilement normalisables, comme nous l'avons précédemment démontré. La meilleure stratégie-qualité applicable à l'artisanat semble alors être la certification de l'entreprise qui jumelle la qualification de l'artisan à la qualité de ses produits.

C'est une des raisons qui peuvent conduire l'artisan à demander un agrément ou une qualification de son entreprise. Ainsi, les classifications artisanales permettent de mesurer les capacités entrepreneuriales, c'est-à-dire de noter les potentialités du chef d'entreprise non seulement dans sa production mais aussi dans sa gestion, qui devient un paramètre aussi important que le savoir-faire dans le métier. La classification est une qualification technologique qui peut être utile à l'artisan, puisqu'elle doit permettre une reconnaissance de l'ensemble de ses compétences (technologiques et organisationnelles). La procédure de classification reprend cependant les mêmes critères que ceux utilisés pour analyser les entreprises industrielles : l'effectif de l'entreprise, la qualification professionnelle des salariés, le chiffre d'affaires, etc... La difficulté réside

dans l'exigence de rigueur et dans le suivi de procédures dans un secteur où la souplesse et la capacité d'adaptation sont les qualités premières des entreprises. C'est ainsi que certaines entreprises préfèrent faire certifier leurs plans qualité en interne ou adopter des appellations de qualité purement commerciales, voire signer des chartes qualité, mais sans revendiquer de garanties officielles.

Mais cela peut aussi provenir du client de l'entreprise qui veut être rassuré sur la qualité constante des produits ou des services qui lui sont fournis, ce qui lui permet d'éviter un contrôle de réception long, coûteux et non rentable. L'industrie ne méconnaît pas la capacité d'innovation, le savoir-faire de l'artisan. Diverses études montrent que beaucoup d'ordres de sous-traitance reçus par le Secteur des Métiers concernent la réalisation de prototypes et de pièces uniques (moules, outils spéciaux...). Toujours dans le cadre de la sous-traitance, certains grands donneurs d'ordre nationaux ou internationaux ont établi des règles, des procédures à appliquer dans l'assurance de la qualité de l'entreprise choisie comme fournisseur. Le contrôle se fait alors non plus à l'arrivée des marchandises mais à tout moment par des audits, des visites, des inspections, les donneurs d'ordre viennent vérifier que ces règles sont respectées et que l'entreprise peut être retenue comme fournisseur. L'artisan dont l'entreprise est certifiée peut évidemment tirer profit de cette qualification pour renforcer son image auprès de ses autres clients ou pour solliciter une demande auprès de clients potentiels. Cela n'est envisageable que si le chef d'entreprise est capable de concevoir une véritable stratégie autour de cette certification. Pour la majorité des entreprises artisanales, la qualification de l'entreprise est proposée par un donneur d'ordres et pour la stratégie-qualité de ce donneur d'ordres, qui s'évite ainsi des coûts de non-qualité.

De plus, le problème d'une certification accordée par des acteurs extérieurs est que cet agrément ne procure à l'artisanat qu'un droit à contribuer au développement industriel, en qualifiant sa production uniquement par rapport à des critères pré-établis. L'artisanat est relié à la politique nationale sans qu'il soit tenu compte de ses spécificités ou de ses attentes. Si les entreprises artisanales souhaitent pénétrer de nouveaux marchés où elles sont en concurrence avec des firmes industrielles, elles doivent souvent obtenir une certification préalable et donc répondre à certaines conditions fixées par des acteurs peu concernés par le Secteur des Métiers. En règle générale, les artisans sont peu motivés pour demander cette certification de leur entreprise, estimant que la qualification la plus importante est celle que leur reconnaissent leurs clients, sauf lorsqu'ils envisagent d'avoir accès à des marchés publics ou à des activités de sous-traitance.

Cependant, la demande de certification par l'artisan devient réellement intéressante lorsque toutes les procédures qualificatives peuvent être utiles dans la stratégie artisanale. Pour intégrer les critères nécessaires à l'obtention de la certification de l'entreprise, le dirigeant repense son organisation pour atteindre un niveau de qualité et une constance dans son fonctionnement. Les motivations des entreprises certifiées sont alors d'améliorer la qualité perçue de la prestation, d'assurer un standard de qualité constant, de mobiliser les salariés sur la satisfaction du client, de différencier l'offre sur un marché encombré et donc de faire reconnaître l'ensemble de sa démarche par une certification officielle. La certification est bien souvent plus qu'un argument commercial vis-à-vis des clients : c'est dans la réorganisation de l'entreprise que réside la véritable

qualité. La remise à plat imposée de l'organisation permet de clarifier la gestion de l'entreprise. Effectivement, les entreprises artisanales qui demandent leur certification ont généralement plus de 4 salariés et plus la taille de l'entreprise croît, plus le nombre de demandes de certification augmente : de 6 à 10 salariés, 27,15% ; de 11 à 15 40,30% ; au-delà, 51,66% (30). C'est d'ailleurs la croissance de l'entreprise qui oblige son dirigeant à fonctionner comme un véritable chef d'entreprise. Il s'agit donc d'une stratégie basée sur une qualité organisationnelle, issue d'une volonté pro-active du dirigeant et d'une réelle intégration de la qualité à toutes les fonctions de l'entreprise.

Conclusion:

Cette approche en terme de redéfinition de l'identité des entreprises artisanales permet de concevoir une application de la démarche qualité dans son ensemble. A chaque type d'artisan correspond alors une potentialité stratégique en terme de reconnaissance des avantages de la qualité. Cependant, la mise en place de cet outil dans la pratique permettra de vérifier si notre piste de recherche correspond réellement à une utilisation concrète dans la réalité économique.

Effectivement, les stratégies proposées sont issues d'une vérification sur le terrain mais ne concernent pas l'ensemble des entreprises artisanales. Il serait alors intéressant de mener une étude quantitative sur un échantillon plus large afin de vérifier d'une part, l'exhaustivité des propositions stratégiques et d'autre part, si les chefs d'entreprises artisanales conçoivent la qualité et ses déclinaisons comme un concept stratégique. Cette étude a été réalisée sur la région lorraine de manière plus que succincte puisqu'elle portait uniquement sur le souhait d'entreprendre une démarche de certification. Nous pensons qu'il serait souhaitable de développer cette approche afin de mieux cerner les attentes des artisans les plus informés et de sensibiliser les autres aux aspects stratégiques d'une démarche de qualité.

NOTES ET BIBLIOGRAPHIE

- (1) L'ENTREPRISE, « Labels, normes et certifications : comment gagner la confiance du client », p.24, n°148 Janvier 1998.
- (2) P.DUPOUEY, « Artisanat et confiance client » p.25 , Communication à la journée de l'APCM du 31 janvier 1996 sur le thème « La qualité artisanale et l'amélioration de la relation client/fournisseur », dans le cadre d'un échange avec des chercheurs.
- (3) C.GADEA, « Un label pour la belle ouvrage », p.17, Communication à la journée de l'APCM du 31 janvier 1996 (op. cit.), suite à l'étude menée par ERMOPRES, CNRS, décembre 1987.
- (4) M. MARCHESNAY, « L'artisanat, un monde en changement » p.55, Enseignement et gestion, nouvelle série N°35, automne 1985.
- (5) C. PICARD, « Vers une typologie des métiers de l'artisanat à partir des notions de savoir-faire et de compétences », Document de travail pour les journées du 7 et 8 septembre 1995, Tutorat collectif ERFI-CRET LOG.
- A. LETOWSKI, « Les systèmes socio-culturels de l'artisanat face aux mutations », Thèse de doctorat de l'Université Paris IV Dauphine, 1987.
- J.L. COUSIN, « Typologie de croissance des entreprises du Secteur des Métiers et facteurs socio-professionnels du chef d'entreprise », Chambre des Métiers de Charente, Angoulême, 1982.
- (6) M. AUVOLAT, J.C. LAVIGNE et A.MAYERE, « L'artisanat en France, réflexion générale et prospective », p.138, La Documentation Française, Avril 1985.
- (7) Norme AFNOR NF X 50-109 de juillet 1982.
- (8) P. HERMEL, « Qualité et management stratégiques, du mythique au réel » p.42, Les Editions d'Organisation, Campus Entreprise Université, 1989.
- (9) P. HERMEL, p.46/47 op. cit.
- (10) P. HERMEL, p.23 op. cit.
- (11) M. AUVOLAT, J.C. LAVIGNE et A.MAYERE, p.159 op.cit.
- (12) J.C.ABRIC, « L'image de marque de l'artisan et de l'artisanat » p.9/13, Communication à la journée de l'APCM du 31 janvier 1996 (op. cit.).
- (13) P.A JULIEN et M. MARCHESNAY, « La petite entreprise, principes d'économie et de gestion », p.93 Edition Vuibert Gestion, Novembre 1988.
- (14) J.C.ABRIC, p.9 op.cit.
- (15) M. MARCHESNAY « Economie d'entreprise », Eyrolles Université, Collection Gestion, 1991.
- (16) M. AUVOLAT, J.C. LAVIGNE et A. MAYERE, p.141 op.cit
- (17) L'ENTREPRISE p.26, n°148, Janvier 1998.
- (18) L'ENTREPRISE p.26, n°148, Janvier 1998
- (19) P. HERMEL, p 42 op. cit.
- (20) C.GADEA, p.16 op. cit.
- (21) P. HERMEL, p 42 op. cit.
- (22) M. AUVOLAT, J.C. LAVIGNE et A. MAYERE, p.137 op.cit.
- (23) CES Rapport sur « L'avenir de l'artisanat face aux changements technologiques », p.31.
- (24) G. STALK et alii « Les nouvelles règles de la stratégie », in Harvard l'Expansion p.92, n°67 Hiver 1992 p.81-102.
- (25) CES, p.27, op.cit.

(26) Chambre de Métiers de Meurthe-et-Moselle, extrait d'une enquête réalisée en Janvier 1997 sur le thème de la certification.

(27) M. AUVOLAT, J.C. LAVIGNE et A. MAYERE, p.152 op.cit

(28) R. PHILOUX, Thèse de Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication « La communication de proximité, substrat de l'artisanat contemporain », p.137, 19 juillet 1994.

(29) M.E. PORTER « Choix stratégiques et concurrence, techniques d'analyse des secteurs et la concurrence dans l'industrie », p.217, Economica, Paris, 1982.

(30) M. AUVOLAT, J.C. LAVIGNE et A. MAYERE, p.148 op.cit

(31) Chambre de Métiers de Meurthe-et-Moselle, extrait d'une enquête réalisée en Janvier 1997 sur le thème de la certification.

ANNEXE

Les labels non officiels :

NATURE DU SIGNE DE LA QUALITE	ORIGINE DE LA DEMARCHE	DEFINITION DES CRITERES	MODE DE CONTROLE	SECTEUR D'APPLICATION
AUTO-LABELS	Entreprise pour elle-même	Spécifique à chaque entreprise	Pas de contrôle	Tout produit
LABELS DECERNES	Jurys spécialisés, consommateurs...	Sondages, tests, enquêtes	Pas de contrôle de suivi	Produits pour les consommateurs
LABELS ETHIQUES	Associations humanitaires	Gestion éthique	Par les associations	Produits pour les consommateurs
GARANTIES DE MARQUES	Syndicat de défense, distributeur	Règles de fabrication exigées par l'initiateur	En interne ou des organismes certificateurs	Tout secteur pour affirmer collectivement sa qualité
CHARTRE QUALITE	Entreprise, organisme professionnel	Cahiers des charges	Pas de contrôle	Services

Source : L'ENTREPRISE, N°148, Janvier 1998

Les labels officiels : certification par secteurs

« La loi Scrivener du 10.01.1978 apporte un cadre réglementaire à l'information certifiée sur l'aptitude des produits à l'emploi : les certificats de qualification. On observe ainsi un développement de ces agréments, accordés par des organismes certificateurs, selon une procédure élaborée par le SQUALI (Service de Qualification des Produits Industriels, au Ministère de l'Industrie et de la Recherche). »

Source : P. HERMEL, « Qualité et Management Stratégiques: du mythique au réel »

Les certifications de produits agroalimentaires :

NATURE DU SIGNE DE LA QUALITE	ORIGINE DE LA DEMARCHE	DEFINITION DES CRITERES	MODE DE CONTROLE	SECTEUR D'APPLICATION
APPELLATION D'ORIGINE CONTROLEE	Syndicat professionnel	Typicité d'une région dans la fabrication	INAO	Produits agricoles et alimentaires
LABEL ROUGE	Filière	Garantie d'une	Organismes certifi-	Produits agricoles

	professionnelle	qualité supérieure	cateurs agréés	et alimentaires
AGRICULTURE BIOLOGIQUE	Entreprise seule	Respect de l'environnement	Organismes certificateurs agréés	Produits agricoles, alimentaires, et élevages
CERTIFICATION DE CONFORMITE	Entreprise seule	Conformité à des caractéristiques précises	Organismes certificateurs agréés	Produits agricoles et alimentaires
NF AGRO-ALIMENTAIRE	Filière professionnelle	Sur la base de normes	AFNOR	Produits agro-alimentaires
IGP/AOP	Groupement professionnel	Règlements communautaires	INAO pour l'AOP Organismes certificateurs pour l'IGP.	Produits agricoles et alimentaires

Source : L'ENTREPRISE.

Les certifications de produits industriels :

NATURE DU SIGNE DE LA QUALITE	ORIGINE DE LA DEMARCHE	DEFINITION DES CRITERES	MODE DE CONTROLE	SECTEUR D'APPLICATION
MARQUAGE CE	Entreprise seule	Conformités à des directives européennes	Auto-contrôle ou organisme agréé	Produits industriels concernés par les directives européennes
MARQUE NF	Filière professionnelle	Sur la base de normes	AFNOR	Produits industriels
MARQUES PROFESSIONNELLES	Filière professionnelle	Caractéristiques professionnelles précises.	Organisme certificateur professionnel	Produits industriels

Source : L'ENTREPRISE, N°148, Janvier 1998.

Les certifications de services :

NATURE DU SIGNE DE LA QUALITE	ORIGINE DE LA DEMARCHE	DEFINITION DES CRITERES	MODE DE CONTROLE	SECTEUR D'APPLICATION
CONTRAT APPROUVE	Entreprise ou organisme professionnel	Contrat d'amélioration de la qualité négocié et signé entre le demandeur et les associations de consommateurs	DGCCR	Produits ou services
CERTIFICATION DE SERVICE	Entreprise ou organisme professionnel	Référentiel listant les caractéristiques du service rédigé par le certifié et validé par les associations de consommateurs et les pouvoirs publics	Organismes certificateurs agréés	Services
MARQUE NF SERVICE	Branche professionnelle	Norme technique élaborée sous l'égide de l'AFNOR imposant des règles d'organisation et des engagements de résultats	AFNOR	Services
CERTIFICATION ISO 9000	Entreprise seule	Procédures de travail rédigées par l'entreprise selon les normes ISO	Organismes certificateurs agréés	Industrie ou services

Source : L'ENTREPRISE, N°148, Janvier 1998.

