

ALLONGEMENT DE LA DURÉE DE VIE DES PRODUITS

Février 2016

Étude réalisée pour le compte de l'ADEME par : *CHAUVIN Clément, FANGEAT Erwann et le pôle usage et durée de vie - ADEME*

Coordination technique ADEME : *FANGEAT Erwann* – Direction\Service : *ANGERS DECD SPEM*



RAPPORT D'ETUDE

REMERCIEMENTS

Différents services de l'ADEME ont été sollicités pour la rédaction de ce rapport, afin d'aborder la question sous un angle général.

Nous tenons à remercier toutes celles et ceux qui nous ont aidés dans ce travail.

Bonne lecture.

CITATION DE CE RAPPORT

ADEME. Erwann FANGEAT, Clément CHAUVIN et le pôle usage et durée de vie. 2016. Allongement de la durée de vie des produits – Rapport. 56 pages.

Cet ouvrage est disponible en ligne www.ademe.fr/mediatheque

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (art. 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé de copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve, toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

TABLE DES MATIERES

Résumé	6
1. Le point de départ de la réflexion : Une consommation plus durable	7
1.1. Pourquoi souhaiter augmenter la durée de vie des produits ?.....	7
2. Le levier « Allonger la durée de vie des produits »	8
2.1. De quels « produits » est-il question ?	8
2.2. Quelle « durée de vie » est-il souhaitable d'augmenter ?	8
2.3. Que signifie « augmenter la durée de vie » ?.....	8
2.4. Est-t-il toujours souhaitable, pour l'environnement, d'augmenter la durée de vie des produits ?.....	9
3. Éléments de langage.....	12
3.1. Terminologie	12
3.1.1. Les durées de vie.....	12
3.1.2. L'économie circulaire	13
3.1.3. Les garanties.....	14
3.1.4. L'obsolescence	14
3.2. Contexte réglementaire et Législatif	16
3.2.1. Au niveau français	16
3.2.2. Au niveau européen.....	19
3.3. Quelques travaux sur le sujet	20
3.3.1. Etudes de l'ADEME	20
3.3.2. Travaux de l'ADEME.....	20
3.3.3. Autres études.....	21
4. Analyse des enjeux pour les différentes parties prenantes	22
4.1. Consommateurs	22
4.1.1. Une perception paradoxale de la durée de vie des produits	22
4.1.2. Pourquoi le consommateur achète-t-il des produits peu durables ?	23
4.1.3. Des choix pas toujours rationnels	25
4.1.4. Leur rôle dans l'allongement des durées de vie	25
4.2. Réparateurs	26
4.2.1. Un secteur nécessaire, mais insuffisamment sollicité.	26
4.2.2. Le rôle des consommateurs.....	26
4.2.3. Le rôle des fabricants.....	28
4.2.4. De nouvelles opportunités pour le secteur	29
4.3. Acteurs du réemploi et de la réutilisation	29

4.4.	Fabricants	30
4.5.	Services marketing	32
4.6.	Distributeurs.....	33
4.7.	Assureurs.....	34
4.8.	Pouvoirs publics.....	36
4.9.	Organismes de normalisation	36
4.10.	Médias	36
5.	Pistes d'actions et position de l'ADEME	37
5.1.	Quelques points sur le fond	37
5.1.1.	Quelques éléments de cadrage	37
5.1.2.	Quelques points de vigilance	37
5.1.3.	La nécessité d'accroître la transparence	38
5.1.4.	L'importance d'estimer l'impact environnemental des produits	38
5.1.5.	Le besoin de méthodes d'estimation de la durée de vie des produits et de leur durabilité	39
5.2.	Quelques pistes d'actions.....	40
5.2.1.	Développer l'affichage environnemental, celui de la durée de vie ou de la durabilité des produits	40
5.2.2.	Développer l'Écolabel Européen.....	44
5.2.3.	Mieux fournir les consignes d'utilisation au consommateur	44
5.2.4.	Généraliser l'éco modulation	45
5.2.5.	Accroître le rôle des éco organismes a l'ensemble du cycle de vie des produits	45
5.2.6.	Un niveau de qualité minimum pour pouvoir entrer sur le marché	46
5.2.7.	Des actions de la part des associations de consommateurs ?.....	46
5.2.8.	Étendre la durée légale de garantie.....	47
5.2.9.	Une garantie partielle, à moindre coût	48
5.2.10.	Un taux réduit sur les crédits à la consommation de produits durables	48
5.2.11.	Soutenir les activités de la réparation	48
5.2.12.	Promouvoir l'économie de la fonctionnalité	49
5.2.13.	Soutenir la recherche et l'innovation pour augmenter la longévité	49
5.2.14.	Quelques études qu'il serait intéressant de mener.....	50
5.2.15.	Autres mesures envisageables	50
6.	Annexes	52
6.1.	Quelques affaires liées à l'obsolescence programmée.....	52
6.2.	Autres mesures et exemples	53
6.2.1.	TopTen.....	53
6.2.2.	Henri Ford luttait déjà contre la sur qualité	53
6.2.3.	La tentative suisse d'enrayer l'obsolescence programmée	53

6.2.4.	Des défenseurs de l'obsolescence programmée en Europe	53
6.2.5.	Un mouvement contre la sous qualité des produits en Allemagne.....	54
6.3.	Annexe sur les garanties	54
6.3.1.	La garantie légale des vices cachés	54
6.3.2.	La garantie légale de conformité.....	54
6.3.3.	La garantie commerciale.....	55
6.3.4.	La garantie constructeur	56

Résumé

L'allongement de la durée de vie des produits s'inscrit comme l'une des pistes visant à promouvoir une consommation plus durable. S'il semble souhaitable d'accroître la durée de vie de la majorité des produits, une approche particulière doit être adoptée pour chaque catégorie de biens. Par ailleurs, la vigilance s'impose pour éviter des pièges tels que la sur-qualité ou les transferts de pollutions. De plus, prendre des décisions pertinentes requiert la poursuite des travaux sur l'analyse environnementale et son interprétation ainsi que la mise en place de méthodologies pour estimer les durées de vie puis la durabilité. Ensuite, des propositions de mesures concrètes à destination des metteurs sur le marché et des fabricants peuvent être discutées. Certaines sont présentées ici.

1. Le point de départ de la réflexion : Une consommation plus durable

Tous les produits manufacturés génèrent des impacts environnementaux, en termes d'utilisation de ressources, d'émissions de gaz à effet de serre, de pollution des milieux, de production de déchets plus ou moins dangereux. Ces impacts se répartissent sur l'ensemble de leur cycle de vie depuis l'extraction des matières premières jusqu'à leur fin de vie, en passant par leur production et leur utilisation.

1.1. POURQUOI SOUHAITER AUGMENTER LA DUREE DE VIE DES PRODUITS ?

Aujourd'hui, le modèle de consommation des pays développés induit des impacts environnementaux bien supérieurs à ceux admissibles par l'environnement. En d'autres termes, nous vivons et consommons au-dessus des ressources de la planète. **Un tel modèle de consommation n'est donc pas viable dans le temps et n'est, de ce fait, pas qualifiable de « durable » ou de « soutenable ».**

Cela entraîne notamment une raréfaction de certains gisements de matières premières. A long terme, au-delà de questions économiques stratégiques, cette raréfaction pourrait aggraver les impacts environnementaux liés à des extractions rendues plus difficiles.

Il existe de multiples leviers pour se rapprocher d'un modèle de consommation plus durable : incitation à la sobriété, internalisation des coûts environnementaux dans le prix d'achat des produits, augmentation des taux de recyclage des déchets, allongement de la durée de vie des produits ...

Ainsi, dans tout le rapport, c'est l'« allongement de la durée de vie des produits » qui sera traité.

Il ne faut pas oublier l'existence et l'importance des autres leviers pour réduire nos impacts sur l'environnement, ni perdre de vue l'objectif d'une production et d'une consommation plus durable.

2. Le levier « Allonger la durée de vie des produits »

La suite du rapport montrera que l'allongement de la durée de vie de certains produits, pensé dès la conception et favorisé par le réemploi, la réutilisation et la réparation, est susceptible de réduire ces [impacts environnementaux](#) de manière significative.

2.1. DE QUELS « PRODUITS » EST-IL QUESTION ?

Dans ce qui suit, l'étude portera sur des biens et non sur des services. De plus, sont exclus les biens périssables (denrées alimentaires, médicaments...), dont la durée de vie et l'indication de date de péremption requièrent une étude à part, ainsi que les produits présentant une date limite d'utilisation compte tenu de caractéristiques intrinsèques aux produits (dangerosité notamment) comme les fusées de détresse par exemple.

Ce rapport n'a pas non plus pour vocation à se limiter aux équipements électriques et électroniques, bien qu'ils figurent parmi les priorités d'actions compte tenu des matériaux rares qui les composent et des quantités associées (plus de 1,5 million de tonnes sont mises sur le marché chaque année). Ainsi, les cas de l'automobile, des produits textiles, du mobilier etc. seront également abordés.

2.2. QUELLE « DUREE DE VIE » EST-IL SOUHAITABLE D'AUGMENTER ?

Comme présentée dans la partie « terminologie », la notion de durée de vie peut signifier plusieurs choses.

Allonger la durée de possession d'un objet utilisé occasionnellement n'a pas forcément de sens. En effet, cela impliquerait l'immobilisation de beaucoup de ressources naturelles non renouvelables, tels que les métaux rares. Par exemple, on pourrait se réjouir qu'un utilisateur conserve un outil tel qu'une perceuse durant 30 ans. Cependant, s'il ne l'utilise que dix minutes par an, cela perd de son intérêt en accentuant la pression sur les ressources matérielles.

Ainsi, il semble plutôt pertinent de chercher à augmenter la durée totale de fonctionnement d'un produit, tout en optimisant l'usage qui en est fait, et en encourageant une consommation responsable.

Dans la suite de la note, les expressions relatives à « l'allongement de la durée de vie » référeront donc à cette notion.

Pour reprendre l'exemple de la perceuse, il semblerait alors souhaitable que plusieurs particuliers se la partagent, dans le cadre d'une consommation collaborative.

Dans tous les cas, il faut rester vigilant et ne pas pousser à la surconsommation. **Une consommation durable, basée sur les besoins réels, impliquerait d'ailleurs une rationalisation des actes de consommation.** Au final, il ne s'agit donc pas d'encourager le consommateur à renouveler ses biens au plus vite, mais plutôt de l'inviter à choisir un modèle plus durable lorsque le remplacement du produit précédent s'impose.

2.3. QUE SIGNIFIE « AUGMENTER LA DUREE DE VIE » ?

Pour les **fabricants**, « augmenter la durée de vie des produits » peut signifier plusieurs choses :

- Rendre les produits **plus robustes**, fonctionnels sans réparation ni remplacement de pièces.
- Rendre les produits **plus réparables**, et assurer leur réparation.
- Rendre les produits **plus évolutifs, plus adaptables et plus flexibles** aux évolutions technologiques.
- Rendre des produits **plus compatibles** avec d'autres systèmes. On parle alors d'interopérabilité.
- Rendre des produits **plus faciles à entretenir**.

Ces définitions ne doivent pas s'opposer les unes aux autres ; il convient plutôt d'envisager de possibles combinaisons. Par ailleurs, le surdimensionnement et la sur-qualité des produits peuvent constituer un risque de contre productivité.

Du point de vue des **consommateurs**, il s'agit principalement de prendre soin de leurs produits, à travers un [entretien régulier et un usage correspondant aux conditions normales d'utilisation](#). Les notions de mutualisation (par exemple, covoiturage ou partage d'une perceuse) et d'optimisation des usages (attendre le remplissage complet d'un lave-vaisselle avant le lancement d'un cycle), incitent à une **massification des usages** et permettent d'accroître le service rendu ou la durée de vie effective.

Ces différents moyens d'influer sur la durée de vie laissent entrevoir une notion de « durabilité » caractérisant la capacité d'un produit à durer. Dans la suite du rapport, le terme « durable » signifiera le fait d'être robuste, réparable, flexible et adaptable, évolutifs, compatible avec d'autres systèmes, facile à entretenir, etc.

La question de la multifonction de certains objets ne sera pas ici abordée : néanmoins, l'arrivée sur le marché d'appareils intégrant des fonctionnalités de plusieurs équipements peut avoir un impact environnemental moindre que la somme des impacts de l'ensemble des équipements. Par exemple, les smartphones qui se substituent à la fois aux baladeurs, aux appareils photos, aux GPS, voire même aux ordinateurs.

2.4. EST-T-IL TOUJOURS SOUHAITABLE, POUR L'ENVIRONNEMENT, D'AUGMENTER LA DUREE DE VIE DES PRODUITS ?

Un **raisonnement, basé sur des analyses de cycle de vie**, permet de dire dans quelle mesure il est souhaitable de voir la durée de vie d'un produit augmenter.

Pour répondre à cette question, il semble pertinent de classer les produits par catégorie.

La nomenclature ci-dessous n'est qu'une première étape et doit être suivie d'un raisonnement à l'échelle des gammes (les téléviseurs, les jeans, les canapés etc.) voire des sous gammes de produits.

Ensuite, il s'agit de donner la priorité à celles dont les gains environnementaux potentiels sont les plus grands.

La question de [la raréfaction ou de la pénurie des ressources](#) n'est pas toujours considérée comme un impact environnemental en tant que tel. Mais il s'agit tout de même d'en tenir compte.

-Les produits à usage unique, ou qui ont par nature, une faible durée de vie. C'est le cas des feuilles de papier, des couverts et gobelets jetables, de certains emballages, des journaux et des magazines etc. Pour cette catégorie, il ne semble pas pertinent de chercher à augmenter la durée de vie, au risque d'une surqualité injustifiée. **Il conviendrait alors de déterminer leur niveau optimal de qualité.** Par ailleurs, leur substitution par certains produits réutilisables est parfois justifiée du point de vue environnemental. L'exemple classique est celui des tasses ou mugs qui remplacent les gobelets jetables dans les machines à café.

-Les biens d'équipement qui, lors de leur utilisation, ne nécessitent pas ou peu de consommation extérieure : pas ou peu d'eau, pas ou peu d'électricité, ni produit à rajouter régulièrement etc. Cela inclut par exemple le mobilier, les outils non électriques, les équipements dont l'impact environnemental est essentiellement dû aux phases de production et de fin de vie. **Pour ces catégories de biens, il est alors souhaitable d'allonger la durée de vie de ces produits.**

Mais aussi ceux qui requièrent un apport extérieur « non différenciateur » ; c'est le cas du textile : les quantités d'eau, d'énergie et de lessive ne dépendent généralement pas du type de vêtement nettoyé. Ainsi, si deux t-shirts présentent les mêmes impacts environnementaux au niveau de leur fabrication et de leur fin de vie, il sera préférable de sélectionner celui dont la durée de vie est la plus grande.

-Les biens d'équipement qui, lors de leur utilisation, nécessitent des apports extérieurs de manière à la fois différenciatrice et non négligeable. Leurs impacts environnementaux proviennent donc en grande partie de la phase d'utilisation. C'est le cas de certains équipements électriques et électroniques et des véhicules thermiques. Pour eux, il s'agit aussi de réduire les impacts en phase d'utilisation tels que les consommations d'eau et d'électricité pour un lave-linge, ou de carburant pour les voitures.

Deux sous catégories permettent alors de distinguer les appareils selon la stabilité de leur niveau technologique :

- Pour certains produits comme les grille-pain, les réfrigérateurs, les ventilateurs etc., **la technologie et la sophistication semblent stabilisées** depuis quelques années. Les performances en termes de consommation atteignent donc des niveaux limites, asymptotiques, jusqu'à une éventuelle prochaine innovation technologique de rupture comme fut celle des DVD remplaçant les VHS. Cependant, malgré quelques gains en termes d'impacts environnementaux, les impacts relatifs au renouvellement (production et fin de vie) peuvent justifier le fait d'accroître la durée de vie de ce type de produits.

- Pour d'autres produits comme les chaudières (encore plus lors du remplacement d'une chaudière à énergie fossile par une autre aux énergies renouvelables) ou les véhicules, **le rythme des évolutions techniques est encore très élevé et des ruptures technologiques peuvent permettre un gain environnemental**. Il peut donc ne sembler pas pertinent, à première vue, de chercher à allonger la durée de vie de manière systématique. Malgré tout, bien que les modèles de première génération peuvent vite être considérés comme « dépassés », ils se vendent parfois encore très bien sur le marché de l'occasion, cinq ans après leur sortie.

De manière générale, il est possible de raisonner à l'échelle des composants : même si un produit présente des composants très innovants, il s'agit de favoriser l'allongement de la durée de vie des parties matures.

Cela revient à rendre les produits plus adaptables aux évolutions technologiques, en permettant par exemple de remplacer le bloc moteur d'un véhicule, le microprocesseur d'un ordinateur, ou de procéder à toute autre mise à jour mécanique.

Le cas des smartphones est très souvent présenté comme exemple. Ces appareils semblent, comme d'autres, être révélateurs de nos modes de consommation, tout en se distinguant des autres produits électroniques par leur place centrale dans notre quotidien. Composés de matières à la fois rares et seulement partiellement recyclées, ils sont souvent remplacés bien avant leur fin de vie technique. Sur ce point, il faut néanmoins se satisfaire du développement des forfaits sans engagement dans la téléphonie mobile. Ainsi, le consommateur voit directement la valeur marchande de son appareil qu'il doit acheter séparément de son forfait. Jusqu'ici, ce prix était souvent réparti dans les mensualités et l'utilisateur était régulièrement invité à renouveler son matériel, souvent contre une somme symbolique masquant ainsi le coût réel du smartphone et banalisant de fait sa fin de vie.

Parmi les « révolutions technologiques » ou les grandes « innovations » en cours, figurent les objets connectés, issus de la forte miniaturisation des composants électroniques. Ce sont des biens dont la vocation première n'est pas d'être des périphériques informatiques ni des interfaces d'accès au web, mais auxquels l'ajout d'une connexion Internet a permis d'apporter une valeur supplémentaire en terme de fonctionnalité, d'information, d'usage ou d'interaction avec l'environnement. **Une telle rupture technologique pourrait permettre de réduire l'impact de certains modèles par rapport à ceux d'aujourd'hui**. D'une part les impacts environnementaux liés à l'usage pourraient décroître : les lave-linge se mettront donc en marche en fonction de la production d'énergie renouvelable. Les cycles seront alors automatiquement lancés lors des creux de consommation électrique sur le réseau. D'autre part l'entretien et la réparation seront facilités : les capteurs installés sur les appareils communiqueront très fréquemment leurs mesures, anticipant ainsi les pannes. De même, en cas de défaillance, ces capteurs pourront en indiquer les causes et ainsi faciliter la réparation. Au final, les durées de fonctionnement des appareils pourront croître, diminuant ainsi les impacts liés à la fabrication et à la fin de vie.

Cependant, il semble tout de même pertinent de plaider en faveur d'un allongement de la durée de vie des produits concernés par l'arrivée des objets connectés. En effet, d'une part rien ne prouve que cette tendance va se développer : bien que L'institut d'études [GfK](#) prévoit que chaque foyer français hébergera plus de 30 objets connectés en 2020, il faut reconnaître que d'autres succès annoncés comme le Blu-ray ou la télévision 3D ne sont pas aujourd'hui au rendez-vous.

D'autre part, les délais de diffusion de cette technologie sont de l'ordre de la décennie, soit la durée de vie d'appareils. Mieux vaut donc conserver ses produits actuels jusqu'à leur fin de vie. Enfin, encourager les secteurs concernés à développer des produits durables dès aujourd'hui devrait se poursuivre, dans quelques années, lors de la production d'objets connectés.

En conséquent, il est souhaitable d'allonger la durée de vie d'un grand nombre de produits. Dans chaque cas, un bilan environnemental multicritères sur l'ensemble du cycle de vie permettrait de confirmer ce choix et de connaître les gains liés à cet allongement.

Les choix de pondération des critères entrant dans l'impact environnemental global et la réponse à cette question resteront néanmoins toujours sujets à débat.

Ainsi, comment dire si la question du réchauffement climatique est prioritaire à celle de l'épuisement des ressources naturelles ou encore à celle des déchets nucléaires ? Il s'agit là de questions de société. Au final, l'intérêt d'allonger les durées de vie dépendra des pondérations choisies, c'est-à-dire de l'importance relative donnée à chaque critère. Un raisonnement orienté « matière » favorisera l'allongement quasi systématique des durées de vie. En revanche, un autre angle de vue comme une approche tournée vers des « flux » comme l'électricité conduira à des conclusions plus nuancées.

Une telle analyse devrait aussi indiquer l'allongement optimal : en effet, des produits plus robustes peuvent nécessiter l'apport de davantage de matériaux, ce qui peut conduire à une augmentation des impacts environnementaux. Pouvoir estimer ce surplus d'impacts permettrait donc de trouver le meilleur compromis.

En l'état actuel des connaissances, il est important de **promouvoir l'allongement général de la durée de vie des produits afin d'éviter toute ambiguïté vis-à-vis du consommateur** même si une minorité d'exemples contrediraient les bienfaits d'un allongement de durée de vie. Ainsi, il est clair qu'il n'est pas forcément bon de vouloir conserver un lave-linge des années 1980 dont la consommation en eau et électricité est nettement supérieure à celle des modèles actuels. Mais, de manière pragmatique, inciter le consommateur à renouveler son appareil au plus vite pourrait troubler le message général porté contre la surconsommation. En pratique, il conviendrait de communiquer davantage sur les catégories présentant les gains les plus grands que sur les autres.

Néanmoins, lorsque **des questions importantes de santé et de sécurité entrent dans le débat, il peut s'avérer souhaitable d'adapter le discours en encourageant le remplacement des produits concernés**. Ainsi, les anciens véhicules Diesel des années 1990 émettent beaucoup plus de particules polluantes qu'aujourd'hui, aggravant considérablement la pollution de l'air. Dans de tels cas, encourager le renouvellement du parc ancien semble pertinent¹.

Il en va de même en cas de rupture technologique majeure amenant des gains environnementaux significatifs durant les phases d'utilisation (cas des chaudières par exemple).

¹ La dissémination de toxiques contenus dans le plastique de jouets anciens est un autre exemple : <http://www.journaldelenvironnement.net/article/les-jouets-vintage-cadeau-empoisonne.57280>

3. Éléments de langage.

Cette partie vise à présenter le cadre général lié à la durée de vie des produits, avant d'avancer des propositions d'actions.

3.1. TERMINOLOGIE

3.1.1. Les durées de vie

Il n'existe pas à ce jour de définition harmonisée de la notion de durée de vie. Cette notion est comprise et interprétée différemment selon les catégories d'acteurs et l'angle choisi : production de l'équipement, phase d'utilisation (incluant notamment le réemploi) et/ou traitement des déchets.

Une [étude](#) menée par l'ADEME en 2012 sur la durée de vie des équipements électriques et électroniques a permis de développer un vocabulaire commun reposant sur 4 définitions clés, représentatives de la diversité de la **notion de durée de vie : la durée normative, la durée d'usage, la durée de détention et la durée d'existence. La notion de durée de fonctionnement pourrait s'y ajouter.**

La durée **normative** correspond ainsi à la « durée de fonctionnement moyenne, mesurée dans des conditions spécifiques de tests » exprimée en temps, nombre de cycles ou sans unité. La durée moyenne avant la première panne (MTTF) et le temps moyen entre pannes (MTBF) en sont des exemples.

La durée **d'usage** correspond quant à elle au « laps de temps pendant lequel le produit est utilisé, en état de marche et prêt à l'emploi ». Par exemple, pour un téléviseur, cela correspond à la durée pendant laquelle l'appareil est branché, qu'il soit utilisé ou non.

On parle ensuite de durée de **détention**, c'est-à-dire le « temps écoulé entre la date d'entrée d'un produit dans le foyer (pas nécessairement neuf) et sa date de sortie ».

Enfin, la durée **d'existence** renvoie au « laps de temps entre la fin de fabrication du produit et son élimination, sa valorisation ou son recyclage ». Le schéma ci-dessous récapitule ces définitions.

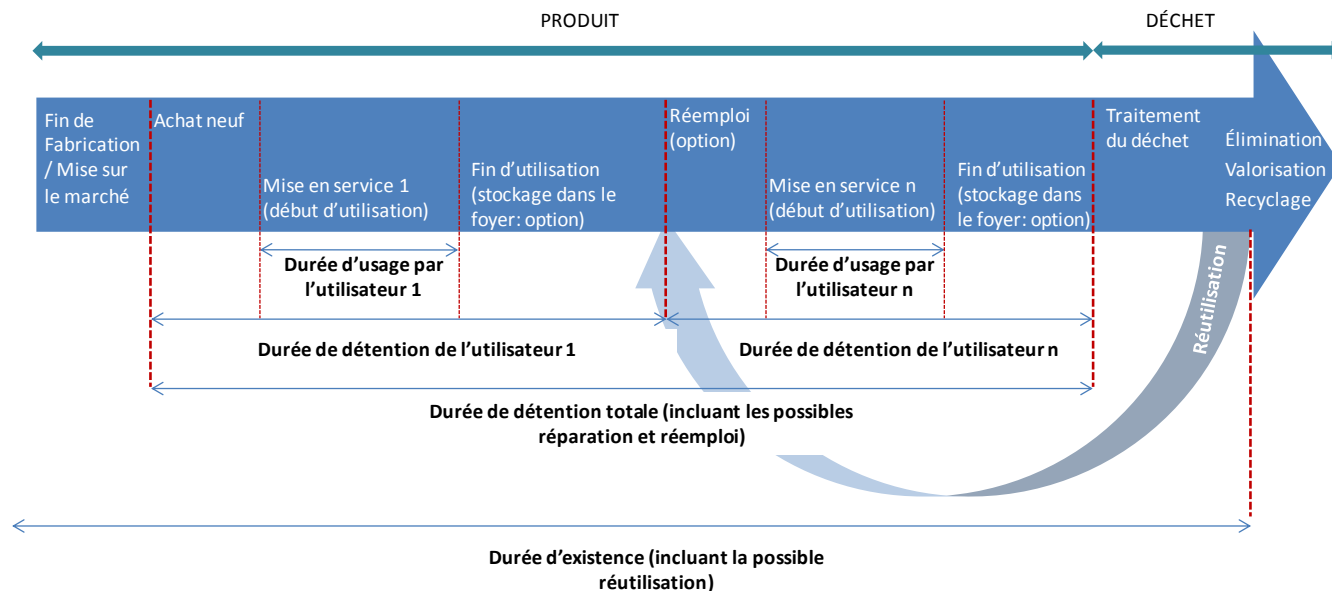


Figure 1 : Les différentes durées de vie

Dans le cadre du programme national de prévention des déchets (PNPD 2014-2020)² et suite à la loi consommation³, un rapport sur « l'obsolescence programmée » doit être remis au Parlement.

² http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Programme_national_prevention_dechets_2014-2020.pdf

³ http://www.legifrance.gouv.fr/jopdf/common/jo_pdf.jsp?numJO=0&dateJO=20140318&numTexte=1&pageDebut=05400&pageFin=05450

Dans ce rapport, devraient être reprises les définitions des durées de vie présentées ci-dessus. Cela devrait leur conférer un statut plus officiel et partagé par tous.

Parmi les quatre définitions proposées ci-dessus ne figure pas la durée pendant laquelle le produit est réellement utilisé. Ainsi, la durée d'usage est bien plus large car elle inclut aussi les durées de veille et celles pendant lesquelles le produit est prêt à l'emploi, qu'il soit utilisé ou non. **La notion de « durée de fonctionnement » ou de « durée d'utilisation » correspondrait donc au temps pendant lequel l'appareil est utilisé**, ici lorsque la TV diffuse des images. Tout comme la durée d'usage, et contrairement à la durée de vie normative, sa valeur serait spécifique à chaque exemplaire et varierait selon les usages.

3.1.2. L'économie circulaire

La notion de consommation durable est fortement liée à celle d'économie circulaire⁴. Ce terme a été défini dans l'article L. 110-1-1 de la loi de transition énergétique pour la croissance verte⁵ de la manière suivante : « La transition vers une économie circulaire vise à dépasser le modèle économique linéaire consistant à extraire, fabriquer, consommer et jeter en appelant à une consommation sobre et responsable des ressources naturelles et des matières premières primaires ainsi que, par ordre de priorité, à la prévention de la production de déchets, notamment par le réemploi des produits, et, suivant la hiérarchie des modes de traitement des déchets, à une réutilisation, à un recyclage ou, à défaut, à une valorisation des déchets. La promotion de l'écologie industrielle et territoriale et de la conception écologique des produits, l'utilisation de matériaux issus de ressources naturelles renouvelables gérées durablement et issus du recyclage, la commande publique durable, **l'allongement de la durée du cycle de vie des produits**, la prévention des déchets, la prévention, la réduction ou le contrôle du rejet, du dégagement, de l'écoulement ou de l'émission des polluants et des substances toxiques, le traitement des déchets en respectant la hiérarchie des modes de traitement, la coopération entre acteurs économiques à l'échelle territoriale pertinente dans le respect du principe de proximité et le développement des valeurs d'usage et de partage et de l'information sur leurs coûts écologique, économique et social **contribuent à cette nouvelle prospérité** ».



Figure 2 : Les 7 piliers de l'économie circulaire, selon l'ADEME

⁴ Pour plus d'informations, voir http://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/fiche-technique-economie_circulaireoct_2014.pdf

⁵ http://www.legifrance.gouv.fr/jopdf/common/jo_pdf.jsp?numJO=0&dateJO=20150818&numTexte=1&pageDebut=14263&pageFin=14331

3.1.3. Les garanties

La loi impose au vendeur de garantir le bien vendu. Deux obligations sont ainsi mises à la charge du vendeur professionnel : la garantie légale « de conformité » et la garantie légale « des vices cachés ». Le vendeur particulier n'est tenu qu'à cette dernière. À la différence de la garantie « commerciale » ou « fabricant », qui sont facultatives, ces deux garanties sont obligatoires et le vendeur professionnel ne peut s'y soustraire.

Garantie légale des vices cachés	Garantie légale de conformité	Garantie commerciale	Garantie constructeur
Obligatoire	Obligatoire (sauf pour le vendeur particulier)	Facultative	Facultative
Le vendeur est responsable des vices cachés du bien vendu. Le défaut doit être antérieur à la vente et rendre les produits impropres à l'usage auxquels ils sont destinés. L'action en garantie pour vices cachés doit être intentée dans les plus brefs délais, au maximum 2 ans, à compter de leur découverte.	Le vendeur est tenu de livrer un <u>bien conforme au contrat</u> et répond des défauts de conformité existant lors de la délivrance. Cette garantie est valable 2 ans. A partir du 18 mars 2016, la charge de la preuve revient au fabricant, en cas de plainte du consommateur. (loi consommation)	C'est une garantie « <u>supplémentaire</u> » par rapport aux garanties légales et elle ne s'y substitue pas. Le <u>vendeur</u> s'engage à réparer ou changer l'appareil en cas de panne pendant la période couverte par la garantie. Quand cette garantie est payante, on l'appelle aussi « extension de garantie ».	C'est une garantie « <u>supplémentaire</u> » par rapport aux garanties légales et elle ne s'y substitue pas. Le <u>fabricant</u> s'engage à réparer ou changer l'appareil en cas de panne pendant la période couverte par la garantie.

En annexe 6.3 figurent des explications plus détaillées sur les différentes notions de garanties.

3.1.4. L'obsolescence

De manière générale, l'« **obsolescence** » d'un produit, c'est-à-dire sa dépréciation avant son usure matérielle, englobe l'ensemble des raisons qui poussent à s'en débarrasser.

L'« **obsolescence fonctionnelle** » correspond au fait qu'un produit ne réponde plus aux nouveaux usages attendus, pour des raisons techniques, réglementaires ou économiques. C'est par exemple le cas lors d'une panne non réparable.

L'« **obsolescence d'évolution** » correspond au fait qu'un produit ne réponde plus aux envies des utilisateurs qui souhaitent acquérir un nouveau modèle du fait d'une évolution de fonctionnalité ou de design. Aujourd'hui, le taux de renouvellement des smartphones est de 20 mois alors que la durée de vie technique de ces équipements est très largement supérieure.

Allonger la durée de vie des objets, c'est donc lutter contre les deux types d'obsolescences. Pour y parvenir, il faut compter sur la combinaison de trois points :

- 1) Lutter contre l'obsolescence fonctionnelle en accroissant la durabilité à travers la robustesse des produits, leur réparabilité, leur compatibilité avec les autres systèmes et leurs capacités à évoluer.**
- 2) Lutter contre l'obsolescence d'évolution en consommant de façon responsable, en adéquation avec ses besoins réels, en entretenant ses produits et en limitant d'une certaine manière les effets de mode qui encouragent les renouvellements prématurés.**

3) Optimiser les usages (consommation collaborative, économie de la fonctionnalité, mutualisation des usages...) et favoriser le réemploi.

Il apparaît qu'une consommation plus durable s'oppose sur certains aspects au modèle de la société de consommation, basé sur une faible qualité et un fort taux de renouvellement. Il semble en effet dans l'intérêt des entreprises que les clients renouvèlent régulièrement leurs produits. La responsabilité des entreprises semble doublée d'une complicité des consommateurs. Si des produits très robustes tels que certains autocuiseurs sont très intéressants en matière de qualité et de longévité, ce n'est pas forcément le cas pour la rentabilité de l'entreprise qui les produit. Aujourd'hui, beaucoup de fabricants renouvèlent donc régulièrement le design de leurs produits et y ajoutent de nouvelles fonctionnalités pour encourager les ventes. Dans tous ces cas, la frontière entre réelle amélioration des produits et stratégie purement commerciale est souvent ténue et relève d'un jugement personnel. Ainsi, du moment qu'un produit se vend bien, il y aura toujours des arguments pour affirmer que ces achats répondent effectivement à un besoin.

Aujourd'hui, de toutes les pratiques visant à encourager le renouvellement des produits, c'est l'« **obsolescence programmée** » qui est la plus médiatisée. Différents cas sont présentés en annexe 6.1.

Une définition de ce terme figure dans la loi de transition énergétique pour la croissance verte. Il s'agit « des techniques par lesquelles un metteur sur le marché vise **à réduire délibérément la durée de vie** d'un produit pour en augmenter le taux de remplacement ».

Elle peut se traduire par l'introduction d'un dispositif interne ayant pour but la fin de vie du produit après un certain nombre d'usages. Ainsi, l'exemple souvent repris dans les médias est le cas de l'imprimante équipée d'une puce bloquant le fonctionnement au bout d'un certain nombre d'impressions.

Même si la liste des « techniques » d'obsolescence programmée n'apparaît pas dans la loi, la définition réfère aussi au fait de limiter les possibilités de réparation en cas de panne. Cela pourrait peut-être s'appliquer aux équipements électriques et électroniques (EEE) non démontables ou pour lesquels l'achat de pièces détachées et le remplacement de la batterie sont rendus difficiles. La jurisprudence sur le sujet permettra d'éclairer ces points précis dans les prochaines années.

Dans l'imaginaire collectif, « l'obsolescence programmée » recouvre néanmoins une définition plus large que celle proposée dans la loi, en y intégrant la notion de « mauvaise qualité ».

Or, le cas d'une perceuse achetée 20 euros ou d'un jouet payé 2 euros qui tombe en panne au bout de trois utilisations ne peut être considéré comme de l'obsolescence programmée au sens de la loi, que s'il existe une **réelle volonté de l'industriel de limiter la durée de vie** de ces produits. Dans le cas contraire, la fin de vie rapide est à mettre sur le compte d'une **mauvaise qualité des produits** pouvant aller de pair avec le faible prix de vente. Dit autrement, l'obsolescence programmée définie dans la loi regrouperait les cas subis par le consommateur tandis que l'obsolescence relevant de la qualité médiocre de certains produits serait plutôt consentie par le consommateur au moment de l'achat. Au-delà de l'offre, c'est donc aussi la demande qui entretient ce système. Cette notion de « sous-qualité » pose de problèmes environnementaux à travers la notion du « tout jetable » et soulève la question de la « valeur réelle » des choses.

La couverture médiatique à outrance de certains exemples symboliques d'obsolescence programmée (et pas toujours pertinents) joue un rôle dans ces écarts de définition et entretient un climat de méfiance des consommateurs envers les fabricants. Ainsi, les sondages menés auprès des consommateurs montrent qu'à plus de 92 %⁶, ils considèrent que les fabricants de produits électriques et électroniques pratiquent l'obsolescence programmée. Des études révèlent également que dans la majorité des cas, les consommateurs ne cherchent pas à réparer leurs équipements.

⁶ <http://obsolescence-programmee.fr/2014/05/92-des-francais-convaincus-de-l-obsolescence-programmee-de-lelectromenager-et-du-high-tech/>

Dans le panorama de la réparation⁷, le nombre de réparateurs sur le territoire, et plus généralement l'activité de la réparation, est en baisse. Les reportages sur l'obsolescence programmée et la non réparabilité des produits ne favorisent pas le réflexe « réparation » chez les consommateurs.

De plus, une approche manichéenne distinguant les entreprises « coupables » d'encourager le renouvellement de leurs produits, des entreprises « honnêtes », n'a pas tellement de sens. Ainsi, pour augmenter ses ventes, chaque metteur sur le marché adopte des stratégies poussant à la consommation.

Aujourd'hui, la consommation durable ne se repose pas sur la seule problématique de « l'obsolescence programmée », au sens de la loi.

C'est plutôt un défaut global de durabilité (robustesse, réparabilité, adaptabilité etc.) qui pose problème et induit une faible durée de vie de certains produits.

A cela s'ajoute une obsolescence « fonctionnelle », en partie guidée par les démarches de vente des fabricants qui cherchent à augmenter les fréquences de renouvellement.

3.2. CONTEXTE REGLEMENTAIRE ET LEGISLATIF

Il existe un certain nombre de dispositions dans la réglementation, qui abordent les questions de durées de vie des produits.

3.2.1. Au niveau français

Les propositions du sénateur Jean-Vincent Placé ont permis de lancer le débat à l'échelle nationale.

Récemment, deux textes de loi se sont penchés sur la question de durée de vie des objets.

- 1) La loi Consommation (n°2014-344 dite « loi Hamon ») promulguée le 18 mars 2014 prévoit plusieurs dispositions et demande la présentation de plusieurs rapports sur le sujet :
 - **Expérimentation pendant 2 ans de l'affichage du prix de vente et du prix d'usage pour certains produits définis par décret.** L'article 4 est ainsi rédigé : « *A titre expérimental, du 1er janvier 2015 au 31 décembre 2017, les vendeurs de produits peuvent pratiquer l'affichage d'un double prix pour un même bien : un prix de vente et un prix d'usage [...]. A l'issue de la phase d'expérimentation, le Gouvernement remet au Parlement un rapport qui établit le bilan et qui dresse les perspectives de développement de l'économie de fonctionnalité. Le prix d'usage désigne la valeur marchande associée à l'usage du service rendu par un bien meuble, et non à la propriété de ce bien.* » Afficher le prix d'usage nécessite de connaître, à l'avance, la durée de vie des produits. Néanmoins, vue l'importance du prix comme critère d'achat chez le consommateur, cette donnée pourrait être déterminante dans son choix des produits.
 - **Obligation d'information sur la disponibilité des pièces détachées et de mise à disposition dans un délai de deux mois.** Les fabricants, qui mettent à disposition des pièces détachées nécessaire à l'utilisation du produit, doivent informer les consommateurs de leur durée de disponibilité. Le décret d'application publié le 9 décembre 2014 précise les modalités et conditions d'application de cette obligation : l'information délivrée par le fabricant ou l'importateur de biens meubles au vendeur professionnel, portant sur la période pendant laquelle ou la date jusqu'à laquelle les pièces détachées indispensables à l'utilisation d'un bien sont disponibles, doit figurer sur tout document commercial ou sur tout support durable accompagnant la vente de biens meubles. Cette information est portée à la connaissance du consommateur par le vendeur, de manière visible et lisible, avant la conclusion de la vente, sur tout support adapté.

⁷ [Etude ADEME réalisée par BIO by Deloitte : « Panorama de l'offre de réparation en France : actualisation 2014 »](#)

Elle figure, également, sur le bon de commande s'il existe, ou sur tout autre support durable constatant ou accompagnant la vente. Ces dispositions ne s'appliquent qu'aux biens mis pour la première fois sur le marché à compter du 1er mars 2015.

Il est néanmoins **regrettable qu'en cas d'absence de mise à disposition de pièces détachées, le fabricant ne soit pas tenu d'informer le consommateur** de ce manque.

Ainsi, les entreprises qui affichent des durées de disponibilité paraissant courtes aux yeux des consommateurs pourraient être injustement pénalisées par rapport à celles qui ne mettent pas à disposition des pièces détachées. Ce phénomène se retrouve également dans le domaine de l'affichage volontaire des impacts environnementaux ou de la durée de vie.

- **Inversement de la charge de la preuve de la garantie légale de conformité.** A partir du 18 mars 2016, pendant les 24 mois que dure la garantie légale de conformité, c'est au vendeur de prouver que le défaut ayant causé la panne n'existait pas au moment de l'achat et que cette panne est due à un mauvais usage de l'utilisateur. Durant ces 24 mois, un client pourra rapporter son produit en magasin et demander un échange ou un remboursement en arguant un défaut de conformité.
- Présentation au Parlement dans un délai d'un an d'un **rapport gouvernemental sur les possibilités d'une modulation de l'éco-participation** en fonction de la durée de la garantie commerciale des produits, de la disponibilité des pièces détachées et du prix raisonnable de ces dernières.
- Présentation au Parlement dans un délai d'un an d'un **rapport gouvernemental sur l'obsolescence programmée**, sa définition juridique et ses enjeux économiques. A l'automne 2015, ce rapport est en cours de finalisation.

- 2) La loi sur la transition énergétique pour une croissance verte n° 2015-992 du 17 août 2015. Elle prévoit plusieurs mesures sur l'allongement de la durée de vie des produits :

- **Définition de l'obsolescence programmée** : Art. L. 213-4-1 du code de la consommation. *« I. - L'obsolescence programmée se définit par l'ensemble des techniques par lesquelles un metteur sur le marché vise à réduire délibérément la durée de vie d'un produit pour en augmenter le taux de remplacement. »*

Dans cette dernière version n'apparaissent plus les quelques exemples présentés lors des débats parlementaires autour du projet de loi : il pouvait s'agir de "l'introduction volontaire d'une défectuosité, d'une fragilité, d'un arrêt programmé ou prématuré, d'une limitation technique, d'une impossibilité de réparer, en raison du caractère indémontable de l'appareil ou de l'absence de pièces détachées essentielles au fonctionnement de ce dernier, ou d'une incompatibilité". En donnant une définition si large à la notion, les parlementaires laissent donc à la jurisprudence le soin de déterminer le périmètre de l'obsolescence programmée.

Par ailleurs, cette définition s'inspire en partie de celle utilisée jusque-là par l'ADEME et qu'il est fréquent de retrouver dans des travaux et présentations antérieures à la loi : *« stratagème par lequel un bien verrait sa durée normative sciemment réduite dès sa conception, limitant ainsi sa durée d'usage pour des raisons de modèle économique ».*

- **Reconnaissance du délit d'obsolescence programmée** : *« II. - L'obsolescence programmée est punie d'une peine de deux ans d'emprisonnement et de 300 000 € d'amende. »* et *« III. - Le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du manquement, à 5 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits »*
- *« Lutter contre l'obsolescence programmée des produits manufacturés grâce à l'information des consommateurs. Des expérimentations peuvent être lancées, sur la base du volontariat, sur l'affichage de la durée de vie des produits afin de favoriser l'allongement de la durée d'usage des produits manufacturés grâce à l'information des consommateurs. »*

Elles contribuent à la mise en place de normes partagées par les acteurs économiques des filières concernées sur la notion de durée de vie. La liste des catégories de produits concernés ainsi que le délai de mise en œuvre sont fixés en tenant compte des temps de transition technique et économique des entreprises de production ».

- **Développement de la pièce détachée de réemploi dans le domaine de la réparation automobile** (article 77) : « *Tout professionnel qui commercialise des prestations d'entretien ou de réparation de véhicules automobiles permet aux consommateurs d'opter pour l'utilisation, pour certaines catégories de pièces de rechange, de pièces issues de l'économie circulaire à la place de pièces neuves* ».
- **Accroissement d'une transparence accrue sur les affichages environnementaux** à travers l'Article 90 : « *Afin de garantir la qualité de l'information environnementale mise à la disposition du consommateur, les producteurs réalisant volontairement une communication ou une allégation environnementale concernant leurs produits sont tenus de mettre à disposition conjointement les principales caractéristiques environnementales de ces produits.* »

Si cela ne concerne pas directement la durée de vie des produits, il faut espérer que cette mesure soit transposée aux allégations en matière de qualité et de longévité des produits.

Concernant la lutte contre l'obsolescence programmée, sa définition juridique et son interdiction sont des signaux forts à destination des professionnels et ont un rôle symbolique important. La France est un des premiers pays du monde à s'être engagé dans cette voie. Néanmoins, certains regrettent que soit lancé un nouveau débat sur l'obsolescence programmée qui viendrait conforter l'idée de son omniprésence et exacerber la méfiance des consommateurs envers les fabricants.

Si la loi Consommation permet déjà aux consommateurs de se rassembler en « action de groupe » en se liant à une association de consommateurs, il est peu vraisemblable de voir à court terme la condamnation d'entreprises pour ce délit qui semble très difficile de prouver. Le cas de la téléphonie illustre bien : des [travaux de recherche](#) ont été récemment menés sur la lenteur des smartphones Apple un mois avant la sortie d'un nouveau modèle. Ils montrent systématiquement un pic des requêtes internet « Apple slow » avant la sortie de nouveaux modèles. S'agit-il d'une innovation technologique ou plutôt d'une obsolescence programmée initiée par Apple ? Certains plaident pour la deuxième explication dans la mesure où de tels résultats ne s'observent pas pour les modèles de son concurrent, Samsung. Dans tous les cas, apporter la preuve d'une telle accusation apparaît très difficile.

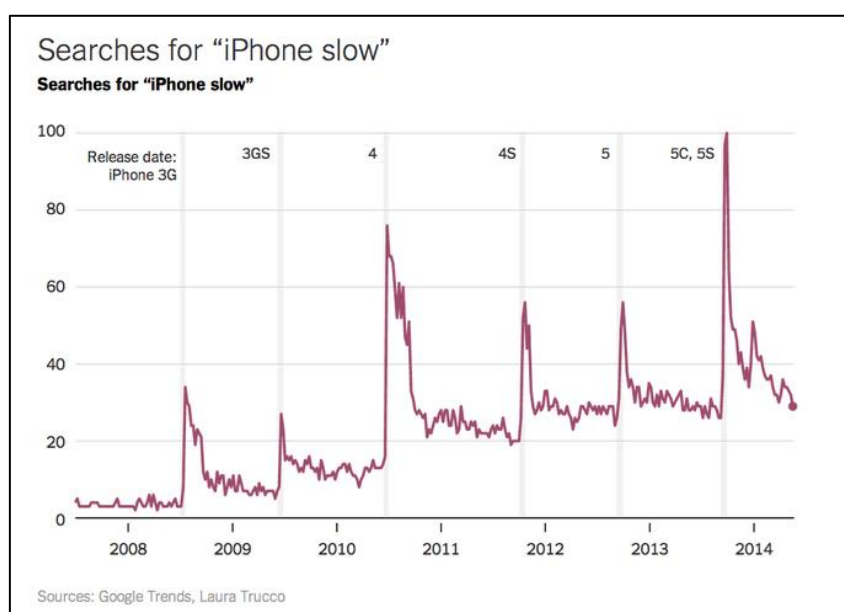


Figure 3 : Recherches "iPhone slow" sur Google, au cours du temps

Parallèlement à ces deux textes, le Programme National de Prévention des Déchets 2014-2020 adopté en août 2014 se place dans la continuité de la Conférence Environnementale de Septembre 2013. Il vise, dans son axe stratégique n°2, à « augmenter la durée de vie des produits et lutter contre l'obsolescence programmée ». Il s'agit, entre autres, de :

- Se doter d'un vocabulaire technique commun sur la durée de vie des produits et sur la notion d'« obsolescence programmée » ;
- Rendre la garantie légale plus compréhensible et la rallonger (dans certains cas) ;
- Évaluer, développer et promouvoir l'économie de fonctionnalité ;

L'ensemble de ces mesures est en lien avec les actions du Conseil National des Déchets (CND) et semblent avoir été prises en compte dans la loi sur la transition énergétique et celle sur la consommation.

De manière moins directe, l'allongement de la durée de vie des produits est concerné par la loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire. L'Agence Française de Normalisation a publié, en partenariat avec l'ADEME, son référentiel BP X30-323-0 sur l'affichage environnemental des produits de grande consommation. Un référentiel sur la durée de vie des produits pourrait naître d'un partenariat similaire.

3.2.2. Au niveau européen

Il existe également de nombreuses initiatives à l'échelle de l'Union Européenne.

Le **comité économique et social européen** (CESE) a émis un avis en Octobre 2013 sur l'allongement de la durée de vie des produits. **Il s'affiche en faveur d'une interdiction des éventuelles pratiques d'obsolescence programmée** et plaide pour une meilleure information du consommateur, notamment à travers un affichage de la durée de vie estimée des produits au moment de leur achat. Un an plus tard, en octobre 2014, une table ronde rassemblant les parties prenantes à l'échelle européenne s'est réunie. Le président du CESE, Henri Malosse, y a annoncé qu'il demanderait à la nouvelle commission Junker de nommer un coordinateur sur les thèmes de l'obsolescence programmée et de la durée de vie des objets. Le parlementaire européen Pascal Durand a alors déclaré vouloir transmettre au parlement européen un rapport d'initiative sur ce sujet, afin que des règles soient prises à l'échelle de l'Union. Une étude sur l'influence d'un affichage de la durée de vie des produits sur l'intention d'achat des consommateurs est en cours de finalisation.

La **Commission Européenne** encadre, quant à elle, des travaux sur les impacts environnementaux. Jusqu'à la fin de 2016, une vingtaine de groupes de travail se penchent sur les questions de méthodologie, d'affichage et de communication, mais aussi de contrôle d'analyses environnementales. Les produits alimentaires représentent un peu moins de la moitié des études. A cela s'ajoute le projet pilote PEF⁸ sur l'affichage environnemental de produits.

La **Direction Générale Environnement** de la Commission Européenne se penche aussi sur la question de la réparabilité : elle a lancé une consultation « EU Study on Socioeconomic impacts of increased reparability » auprès des parties prenantes et devait diffuser un rapport final courant Octobre 2015.

Enfin, dans le cadre du « *paquet économie circulaire* » et de la stratégie de coordination des politiques économiques « Horizon 2020 », la Commission Européenne a présenté le 2 décembre 2015 un nouveau **train de mesures** visant à développer et encourager l'économie circulaire en Europe. Rappelant les enjeux croissants liés aux ressources, cette initiative vise à soutenir une relance économique durable en Europe en facilitant l'émergence de nouveaux marchés et modèles économiques. L'allongement de la durée de vie figure parmi les axes de travail de la Commission qui souhaite non seulement harmoniser, mais aussi simplifier le cadre réglementaire de l'économie circulaire, tout en tenant compte des disparités entre Etats membres.

⁸ http://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/product_footprint.htm

Se basant sur les expérimentations actuelles et sur les nombreuses études existantes, une nouvelle révision de la « politique déchets » (*Waste review*) est censée apporter des propositions globales, ambitieuses et pragmatiques.

Le 17 décembre 2015, la commission européenne a mandaté ([M/543](#)) les organisations européennes de normalisation pour travailler notamment à la définition de paramètres et de méthodes appropriées pour l'évaluation de la durabilité, de l'extensibilité et de l'aptitude à la réparation, à la réutilisation et la refabrication des produits.

De manière plus concrète, une directive votée par le Parlement européen le 13 mars 2014 vise à imposer aux fabricants la mise sur le marché d'un chargeur universel pour les téléphones portables d'ici 2017. Cela permet en effet de limiter le renouvellement d'un produit lorsque que le chargeur tombe en panne et surtout de ne pas acheter de chargeur lors de l'acquisition d'un nouveau téléphone.

3.3. QUELQUES TRAVAUX SUR LE SUJET

Voici quelques études et actions qui ont été ou sont menées, avec ou sans le partenariat de l'ADEME, sur le sujet de l'allongement des durées de vie. De plus, des propositions de nouvelles études sont présentées dans la partie 4 des pistes d'actions permettant de poursuivre les réflexions sur le sujet.

3.3.1. Etudes de l'ADEME

Des liens et commentaires sur les études suivantes sont donnés dès la page 15/26 du document [les actions de l'ADEME pour soutenir la transition vers l'économie circulaire illustration 2015](#) :

- [Brochure « Réemploi, réparation et réutilisation »](#), 2ième édition - juin 2015.
- [Panorama de la deuxième vie des produits en France](#), actualisation 2014 – octobre 2014
- [Panorama de l'offre de réparation en France](#), actualisation 2014 – octobre 2014
- [Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi et de réparation des produits](#) - juillet 2014
- [Panorama des initiatives de promotion et de soutien aux activités de réparation en France](#) - janvier 2014
- [La perception du SAV par le consommateur dans le domaine du gros électroménager](#) - août 2012
- [Durée de vie des équipements électriques et électroniques](#) - juillet 2012
- [Durée de vie des équipements audiovisuels](#) - décembre 2014

De plus, les guides de l'ADEME à destination du grand public, tels que [« consommer mieux »](#), proposent plusieurs comportements visant à atteindre une consommation plus durable et responsable. Quant à [l'étude sur les durées de vie des EEE](#), elle présente les enjeux et propose 26 pistes d'actions sur ce thème précis des EEE.

3.3.2. Travaux de l'ADEME

L'ADEME soutient le projet de recherche [consommateurs et objets à obsolescence programmée \(COOP\)](#) porté par l'IREGE de l'université de Savoie et le COATIS de l'Université de Lyon-St Etienne. A travers des études qualitatives puis quantitatives, il vise à explorer les décisions de renouvellement des objets technologiques par les individus et à lier l'étude de l'obsolescence perçue dans un produit à renouveler avec celle du destin qui lui est accordé. Un focus est réalisé sur les téléphones portables. Les résultats finaux seront disponibles au début de l'année 2016.

[L'appel à projet de R&D PERFECTO, amélioration de la performance environnementale des produits](#) a été lancé le 15 septembre 2015 par l'ADEME. Il vise à travailler sur les produits ayant un fort impact environnemental en lien avec la fin de vie et à proposer des solutions technologiques qui permettent de diminuer cet impact sans reports sur les autres étapes du cycle de vie du produit.

Les travaux proposeront des solutions technologiques incrémentales ou de ruptures, structurées autour des trois axes thématiques suivants : "l'augmentation de la durée de vie", "l'utilisation efficace des matériaux et la limitation des pertes matières" et "la réduction de la toxicité des rejets".

Dans le secteur du BTP, une étude visant à Identifier des freins et leviers au réemploi de produits et matériaux de construction est en cours. S'ajoutent à cela 2 projets de R&D (REPAR2 et REQUALIF), lauréat d'un appel à projet, sur le réemploi de produits issus de la réhabilitation / déconstruction de bâtiment : le premier étudie la possibilité, sur de réels ouvrages, de mettre en œuvre des systèmes constructifs en réemploi suffisamment génériques pour être obtenus de gisements divers, et être applicables à des projets variés. Le second s'attache à montrer l'aptitude à l'usage des 2 produits de dépose (isolants, fenêtres) dans de nouveaux ouvrages.

Dans le domaine de la réparation, l'ADEME a soutenu la mise en place de 2 ateliers d'auto réparation d'appareils électro-ménagers à Limoges et Périgueux, en collaboration avec le GIFAM.

Un autre projet, en partenariat avec le réseau de formation DUCRETET est en cours de construction. L'objectif est de préparer le secteur de la réparation des biens électriques et électroniques de grande consommation à relever le défi de la formation des réparateurs aux nouvelles pannes consécutives au déploiement des objets connectés.

Enfin, une étude de faisabilité d'une filière de pièces détachées d'occasion dans le domaine de l'électroménager est en cours de finalisation en collaboration avec le GIFAM, Envie et Eco-systèmes.

Le service Economie et Prospective (SEP) de l'ADEME a rédigé en Septembre 2014 un article dans la revue *Futurible* sur le sujet de [l'obsolescence programmée](#)⁹ (auteurs : Eric Vidalenc et Laurent Meunier). Cet article montre, entre autres, que l'asymétrie d'information sur la durabilité des produits, entre le fabricant et le consommateur, finit par tirer la qualité des produits vers le bas.

3.3.3. Autres études et travaux

L'ADEME a participé au rapport de fin d'études Obsolescence Programmée : mythes et réalité de deux étudiants de l'école de Mines Paristech. Ce rapport insiste lui aussi sur la nécessité d'accroître la transmission d'information vers le consommateur.

Le livre écrit par Bernard Heger De l'obsolescence programmée, du recyclage insuffisant et de toutes ces sortes de choses aux éditions Atlande, apporte une vision industrielle et des données quantitatives sur l'ensemble du cycle de vie du produit.

Le reportage, prêt à jeter, en partenariat avec ARTE, se focalise sur les grands « classiques » de l'obsolescence programmée et remet en cause certains aspects de notre société de consommation.

L'étude Usages Lavage Domestique menée avec TNS Sofres montre que les programmes « Eco » sont encore trop peu utilisés (26% pour le lave-vaisselle, 12% pour le lave-linge), notamment à cause de leur longue durée. Par ailleurs, pour ces deux types d'appareils, il apparaît que les gains énergétiques réalisés en remplissant systématiquement son appareil et en utilisant le programme « Eco » sont deux fois plus grands que ceux induits par le renouvellement complet du parc, avec des appareils A+++.

Le Conseil National de la Consommation (CNC) a publié un [rapport](#) et un [avis](#) sur l'affichage du prix d'usage des produits, afin de favoriser l'économie de la fonctionnalité. Le CNC a également publié un [rapport](#) et un [avis](#) sur la durabilité des produits.

Le Conseil national des déchets (CND), dans son groupe de travail « prévention » a mis en place un atelier « durée de vie des produits ».

⁹ <https://www.futuribles.com/fr/base/revue/402/obsolescence-des-produits-limpact-ecologique/>

Enfin, le Laboratoire national de métrologie et d'essais (LNE), l'Association française de normalisation (AFNOR), le Comité européen de normalisation (CEN) et le Comité européen de normalisation en électronique et en électrotechnique (CENELEC) sont aussi impliqués sur ces questions, notamment sur la rédaction de référentiels et de normes de la durabilité et d'affichage de la durée de vie.

De nombreux autres acteurs comme la Direction générale de la prévention des risques (DGPR) du ministère en charge de l'écologie ou l'ONG Les Amis de la Terre se penchent actuellement sur ces questions de durée de vie et d'obsolescence programmée.

4. Analyse des enjeux pour les différentes parties prenantes

L'allongement de la durée de vie entraîne dès aujourd'hui des mutations économiques et redistribue les cartes entre les parties prenantes. Cette partie présente, pour diverses catégories d'acteurs, quelques enjeux liés à une durée de vie accrue des produits.

4.1. CONSOMMATEURS

4.1.1. Une perception paradoxale de la durée de vie des produits

D'un côté, le consommateur considère que les équipements sont aujourd'hui plus utilisés, plus performants, plus efficaces et moins consommateurs d'énergie que précédemment.^{10,11}

D'un autre côté, ils affirment que leurs équipements sont aussi moins résistants et que leur durée de vie est en baisse. D'ailleurs, à plus de 90 %, les consommateurs sont méfiants vis-à-vis des industriels en estimant que la durée de vie des produits est programmée¹².

Pourtant, les études⁵⁶ montrent une durée de vie de 12,7 ans pour les téléviseurs soit plus que la durée de vie qu'ils jugent acceptable (10 ans) et entre 10 et 11 ans pour le GEM (en légère baisse par rapport à il y a 30 ans alors que les usages se sont massifiés). L'âge moyen du parc automobile a augmenté en moyenne de trois mois par an entre 1993 et 1999.

Ainsi, les études ne montrent pas de tendance claire et les résultats peuvent même varier pour une même catégorie de produits.

Les usages d'aujourd'hui sont différents de ceux d'hier : nous ouvrons ainsi en moyenne vingt fois plus la porte de notre réfrigérateur qu'il y a 50 ans. **Il n'est donc pas toujours possible de comparer les durées de vie des objets, dans le temps.** De plus, la présence de plus en plus nombreuse des équipements électriques et électroniques dans les foyers accentue la probabilité de panne et donc le sentiment de baisse de durabilité des produits.

De plus, il y a 30 ans, il n'y avait pas ou peu de produits « low cost », aujourd'hui en vente dans des grandes surfaces : une comparaison des produits « bas de gamme » d'aujourd'hui avec les « entrées de gamme » d'hier n'a pas tellement de sens. Il faut aussi remarquer qu'à cette époque, le plastique était moins présent dans les objets. Certains produits sont donc aujourd'hui plus légers et peuvent paraître plus fragiles. Cependant, ils peuvent aussi être plus fiables qu'avant, c'est-à-dire de meilleure qualité au moment de leur achat et moins soumis à des pannes de « jeunesse ». Cela s'explique en partie par la présence de composants électroniques, la concurrence accrue, le retour d'expérience des technologies, etc.

En termes de réparation, les consommateurs sont d'un côté **40% à annoncer faire réparer** leurs appareils électroménagers, hi-fi, vidéo, et informatiques tombés en panne plutôt que de racheter de nouveaux appareils.

¹⁰ Etude ADEME-GIFAM réalisée par IPSOS « La perception du SAV par le consommateur dans le domaine du gros électroménager » - Août 2012

¹¹ Etude ADEME-SIMAVELEC réalisée par CREDOC « Etude sur la durée de vie des équipements audiovisuels » - Septembre 2014

¹² <http://obsolescence-programmee.fr/2014/05/92-des-francais-convaincus-de-l-obsolescence-programmee-de-lelectromenager-et-du-high-tech/>

D'un autre, les études menées avec des fédérations professionnelles (GIFAM pour l'électroménager ou SIMAVELEC pour l'audiovisuel) révèlent toutes que dans plus de 60 % des cas, lorsqu'un appareil tombe en panne, le consommateur n'essaye même pas de réparer ou faire réparer son produit. Dans les raisons avancées par les consommateurs figurent le coût élevé supposé de la réparation, la difficulté à réparer durablement le produit mais aussi le désir de racheter un appareil neuf.

L'étude sur les pratiques des Français en matière de réparation¹³ illustre une grande variété des pratiques de réparation selon les types de produits. En effet, 29 % des aspirateurs ou autres nettoyeurs cassés ou tombés en panne au cours des deux dernières années ont été réparés, contre 61 % qui ont été remplacés.

Pour les chaussures ou les montres, les Français y semblent plus attachés (49% l'ont fait réparer vs 40% l'ont remplacé pour la paire de chaussure et 56 % réparé contre 30 % remplacé pour la montre). Enfin, la tendance à la réparation est plus importante encore sur le vélo (70 % l'ont fait réparer vs 22 % remplacé).

Dans une étude sur la durée de vie des appareils audiovisuels¹⁴, 17 % des dernières télévisions mises au rebut par les ménages français fonctionnaient encore, 14 % l'ont été en raison du passage à la TNT et 31 % en raison d'une panne sans recherche de réparation.

4.1.2. Pourquoi le consommateur achète-t-il des produits peu durables ?

A travers ses actes d'achat, et même s'il n'est pas le seul responsable, il participe au modèle de consommation non durable. Entre autres, ses choix se tournent parfois vers des produits de basse qualité, qu'il renouvelle très fréquemment. Il ne faudrait d'ailleurs pas généraliser ces remarques en disant que les consommateurs n'achètent jamais des produits de qualité. Si c'était le cas, les marques « haut de gamme » n'existeraient plus. Dès lors, cet attrait occasionnel ou régulier pour des produits à faible durée de vie semble pouvoir s'expliquer par une combinaison de **quatre facteurs**. Une étude plus poussée sur le sujet permettrait de valider, ou non, ces a priori.

1) Le manque de moyens ou de liquidités

Certains consommateurs, à faible pouvoir d'achat, ne peuvent pas se permettre d'investir dans des produits de qualité. Dans toute piste d'action, il faudra donc tenir compte des impacts sur les populations les plus modestes.

De plus, à la suite d'une panne peu prévisible nécessitant le remplacement de l'appareil, comme par exemple un réfrigérateur, le consommateur ne dispose pas forcément des moyens nécessaires pour acheter les modèles les plus « haut de gamme ».

Pour les autres, certains choix de consommations les conduisent à réduire leurs dépenses sur certains postes. Ainsi, dans certains cas, leur disponibilité à payer pour s'offrir un téléphone dernier cri est grande, quitte à limiter leurs frais pour des dépenses de nécessité comme le lave-linge.

Pour pallier cette contrainte financière, il vient naturellement à l'esprit de proposer des systèmes de crédits : les consommateurs les plus modestes pourraient alors avoir accès à des biens de consommations durables, même dans les cas où ils sont plus chers que les autres. Cependant, il faut rester vigilant et ne pas oublier que dans un tel cadre, certains consommateurs technophiles pourraient plonger dans des spirales de surendettement.

2) Le renouvellement régulier de ses produits

Il arrive que les consommateurs aient un besoin limité dans le temps d'un produit. Ça peut être le cas pour des nouveaux parents qui veulent s'équiper d'équipements pour leur nouveau-né. Si certains préfèrent acheter d'occasion, ou privilégier la qualité en anticipant un réemploi, d'autres achètent des produits neufs de faible durée de vie. C'est aussi le cas des personnes « nomades » qui déménagent régulièrement pour des raisons personnelles ou professionnelles.

Aujourd'hui, un produit qui dure longtemps ne profitera pas des avancées technologiques postérieures. Certains préfèrent alors se tourner vers des modèles à courte durée de vie.

¹³ Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi et de réparation des produits, juillet 2014

¹⁴ Etude sur la durée de vie des équipements audiovisuels – 2014 – SIMAVELEC - ADEME

Un tel raisonnement peut sembler légitime : à quoi bon investir dans une imprimante 3D de grande durée de vie alors que la technologie n'est pas encore mature et que de nombreuses innovations sont à attendre ?

Parallèlement, d'autres consommateurs renouvèlent régulièrement leurs produits en se contentant d'une faible qualité. C'est observable dans le milieu de la mode et particulièrement du textile où les tendances changent d'une année à l'autre. Alors, certains souhaitent acquérir des t-shirts tout en sachant qu'ils s'en débarrasseront une fois la saison terminée. En toute logique, leurs choix ne se tournent pas prioritairement vers des produits de qualité.

De nouveaux secteurs sont désormais soumis à des évolutions de mode. C'est le cas de l'ameublement pour lequel certains consommateurs se tournent désormais vers des meubles de faible qualité, qu'ils renouvèlent régulièrement, selon leurs envies.

La baisse des prix de ces produits associée une mobilité accrue (les gens déménageant plus fréquemment) semble accentuer ces changements d'habitudes de consommation.

Le témoignage de certains élus, déplorant le fait que certains citoyens se débarrassent à l'automne de leur mobilier de jardin acquis au printemps, permet de mieux appréhender la notion de consommation peu durable. Il remet aussi en question la notion de « valeur » de choses.

Ces pratiques s'inscrivent dans le cadre plus global de la société de consommation où un certain plaisir est tiré de l'acquisition fréquente de nouveaux biens.

3) Le manque et le défaut d'informations

La majorité des études sur le sujet dénoncent une asymétrie d'information entre le consommateur et le vendeur : l'acquéreur ignore la qualité du bien convoité et ne peut donc pas estimer le prix total d'usage, comme le font les professionnels. Ne pouvant faire la différence entre un produit à longue durée de vie d'un autre à durée de vie plus courte, le consommateur a tendance à acheter le produit le moins coûteux, souvent de moindre qualité, uniquement couvert par la garantie légale. En conséquence, seuls les produits les moins coûteux (de durée de vie faible) subsistent sur le marché. C'est ce qu'on appelle le phénomène d'anti-sélection d'[Akerlof](#).

Néanmoins, il arrive que des produits bon marché procurent la même qualité de service que les autres. Par exemple, dans le secteur du textile, chacun a dû faire l'expérience de trouver des produits « premiers prix » aussi voire plus robustes que les produits de grandes marques. Certains iront alors jusqu'à dire, que pour ces derniers dont la valeur d'estime est bien plus forte que la valeur d'usage, les consommateurs « paient la marque ». Quoiqu'il en soit, ces apprentissages personnels illustrent le fait que le prix de vente, la publicité et la notoriété des fabricants ne sont pas toujours gage de qualité ou de longévité. Dans ces conditions, le consommateur peut parfois se rabattre sur des produits d'entrée de gamme.

Le prix des produits occupe donc une place considérable dans les critères d'achat. Dans le secteur de l'habillement, certains reconnaissent regarder le prix avant de se pencher sur la qualité, voire même avant de décider si le modèle exposé leur plaît.

D'une certaine manière, ce manque d'information semble cependant amenuisé avec le développement d'Internet. Ainsi, les sites recueillant les avis sur les retours d'expérience des utilisateurs se multiplient. Malgré les cas isolés soumis à de la diffamation, ces nouveaux outils permettent globalement d'en savoir plus avant d'acheter et de faire des choix plus rationnels. Et c'est d'autant plus vrai si le produit est commercialisé depuis longtemps. De plus, les consommateurs peuvent également payer l'information qui leur manque, et faire le tri parmi les annonces des fabricants. C'est le cas lors de l'achat de revues spécialisées ou de magazines d'associations de consommateurs, qui effectuent des comparatifs et des tests de produits. De manière gratuite, certains sites Internet recueillent les retours et les avis de consommateurs¹⁵.

¹⁵ <http://www.dureedevie.com/> est une initiative en développement visant à valoriser les produits les plus durables.

Quoiqu'il en soit, outre l'intérêt du retour de la confiance, un accroissement de l'information fournie au consommateur devrait non seulement le guider vers des produits plus durables, mais pourrait aussi stimuler la concurrence des fabricants sur la qualité et la longévité de leurs produits.

4) Manque de projection à long terme

Avec le recul, il est parfois financièrement plus rentable d'investir dans des produits onéreux de qualité lorsque leur durée de vie est plus grande que celle de produits d'entrée de gamme qu'il faut renouveler régulièrement. Bien entendu, cela n'est pas toujours le cas. D'autant plus lorsqu'une innovation vient baisser considérablement les prix de vente.

Il faut reconnaître que peu de consommateurs essaient d'estimer les coûts d'usage unitaires des produits. Par exemple, si une paire de chaussettes vendue 1€ ne résiste qu'à 5 lavages, son prix d'usage unitaire est de 20 cts (il faudrait y ajouter les coûts de lavage, mais ils sont ici identiques). À supposer que le consommateur ait une estimation de la durée de vie des produits qu'il convoite, il choisira rationnellement celui dont le coût d'usage unitaire sera le plus faible.

Cependant, cette approche semble peu répandue parmi les consommateurs. Ces derniers semblent davantage sensibles aux prix de vente les plus bas, ou n'ont pas forcément l'envie, le temps ou les informations nécessaires. Une étude pour quantifier ces phénomènes pourrait être utile pour pouvoir comprendre davantage le raisonnement des consommateurs.

Par ailleurs, le consommateur ne prend pas toujours en compte les frais de fonctionnement des produits, au moment de l'achat. Soit parce qu'il n'y pense pas, notamment pour les appareils électroniques (c'est limite avec l'étiquette énergie), soit parce qu'il les considère négligeables au prix d'achat. Or, le coût de carburant d'un véhicule essence parcourant 10 000km par an avoisine 1000€. Très vite, ce poste de dépenses peut dépasser le prix d'achat du véhicule. Il est donc clair qu'outre le prix de vente de la voiture, il est nécessaire de considérer la consommation moyenne en carburant. Là-dessus, certains regrettent le manque d'information sur les frais de fonctionnement des produits et souhaiteraient qu'ils soient davantage révélés aux consommateurs.

A ces quatre raisons s'ajoutent les difficultés pour réparer ou faire réparer les produits. Cela pousse parfois les consommateurs à privilégier des produits de faible qualité.

4.1.3. Des dynamiques de choix complexes

Que ce soit dans son acte d'achat ou de réparation, les choix du consommateur n'émanent pas d'une réflexion purement économique, selon le modèle de l'« homo economicus ». D'une part, l'acheteur n'a pas accès à toutes les informations liées au produit convoité, notamment celles liées à la qualité. Il ne peut donc pas agir rationnellement, en toute connaissance de cause. D'autre part, ses décisions semblent le fruit d'un arbitrage prenant en compte des contraintes économiques, mais aussi des critères culturels et sociaux. Par exemple, se débarrasser d'une armoire héritée d'un parent peut gêner beaucoup de particuliers. De même, beaucoup continuent de garder des objets tombés en panne, sous prétexte que « cela pourrait toujours servir » (sylllogomanie). Enfin, à travers leur consommation de nombreux biens, certains souhaitent se distinguer socialement ou encore montrer leur appartenance à une « mode ».

Ainsi, raisonner exclusivement de manière financière sans tenir compte des aspects sociaux et culturels semble peu pertinent pour expliquer les habitudes comportementales des consommateurs. Ce phénomène est peut-être un peu moins marqué pour les consommateurs professionnels comme les entreprises. Ces dernières semblent moins soumises à des considérations d'ordre esthétique ou affectif lors de leurs consommations.

4.1.4. Leur rôle dans l'allongement des durées de vie

Outre le fait de se limiter à leurs besoins et de choisir des produits durables, les consommateurs peuvent agir en faveur de l'accroissement de la durée de vie. Toutes ces pratiques s'intègrent dans le cadre d'une consommation « durable ».

D'une part, **il s'agit d'utiliser leurs produits d'une manière adaptée en respectant « les conditions normales d'utilisation »**. Pour une étagère, cela revient à ne pas imposer des charges pondérales trop importantes sur les étagères. Bien utiliser et entretenir ses produits en lisant les notices, les manuels d'utilisation et en se renseignant auprès du fabricant ou du vendeur permet également au consommateur d'allonger la durée de vie de ses produits. Par exemple, selon le GIFAM, 70 % des pannes sont dues à un défaut d'entretien.

D'autre part, il s'agit de **massifier les usages des produits**. A l'échelle du consommateur, le fait de lancer des cycles de lavage d'une machine à laver à moitié remplie diminue environ de moitié sa durée de vie effective. A l'échelle collective, il est possible de mutualiser les usages à travers des modèles de consommation collaborative ou du partage. Cela requiert une qualité accrue des biens échangés, car ceux-ci sont utilisés de manière plus intensive. Ces modèles rejoignent parfois ceux de l'économie de la fonctionnalité où c'est l'usage et non plus le produit qui est consommé.

En conclusion, tout allongement de la durée de vie des objets requiert davantage de confiance, mais aussi un échange accru d'information entre consommateurs et industriels.

Par ailleurs, tenter de présenter au consommateur l'intérêt pour lui-même et pour l'environnement d'une consommation plus durable semble essentiel.

4.2. REPARATEURS

4.2.1. Un secteur nécessaire, mais insuffisamment sollicité.

Favoriser la réparation rentre dans le cadre d'une consommation plus durable. Avec le réemploi et la réutilisation, la réparation permet d'allonger la durée de vie des produits. Cependant, contrairement à ces deux derniers secteurs qui sont en croissance et tendent à se professionnaliser, la réparation connaît plus de difficultés. Si les réparateurs s'en sortent plutôt bien dans l'automobile en termes de chiffres d'affaires, ce n'est pas forcément le cas de réparateurs d'électroménagers et des cordonniers. Plusieurs points peuvent expliquer ces difficultés. Il semble possible de les classer en deux catégories selon les parties prenantes impliquées : les consommateurs ou les fabricants.

Ainsi, sur le volet environnemental, **il ne semble pas toujours pertinent de promouvoir la réparation de produits très anciens avec un fort impact environnemental sur la phase d'utilisation, ou fortement endommagés**. Un exemple pourrait être celui des véhicules automobiles : les impacts environnementaux liés à l'utilisation d'une voiture des années 80 sont peut-être plus grands que ceux impliqués par l'achat et l'utilisation d'un nouveau modèle. Une autre raison pourrait être celle de la santé et de la sécurité : la réparation d'un véhicule accidenté n'offre pas toujours des niveaux de sécurité suffisants.

Par ailleurs, il semble que grâce aux progrès techniques, une grande partie des appareils est moins soumise aux pannes « de jeunesse » qu'auparavant. Cet accroissement de fiabilité peut s'expliquer à travers davantage de retours d'expérience sur les produits, mais aussi par un usage plus large de composants électroniques dans les asservissements et les systèmes de régulation.

L'organisation de la filière diffère d'un pays à l'autre. Alors qu'en Allemagne les réparateurs sont majoritairement rattachés aux fabricants, les réparateurs français peuvent aussi être liés à des distributeurs ou bien encore être sous un statut indépendant.

4.2.2. Le rôle des consommateurs

Aujourd'hui, les consommateurs n'ont pas fréquemment le réflexe de chercher à réparer leurs produits endommagés et de se tourner vers le secteur de la réparation. L'ADEME et le SIMAVELEC, syndicat des industries de matériels audiovisuels électroniques ont souhaité s'associer pour réaliser une étude visant à mieux connaître l'équipement des ménages en appareils audiovisuels, la durée de vie des équipements électriques et électroniques du secteur audiovisuel détenus par les ménages et les comportements vis-à-vis de la réparation de ces équipements.

L'étude a porté sur 5 familles d'équipements : les télévisions, les lecteurs mp3-mp4, les home-cinéma, les chaînes Hi-Fi et les appareils photos.

Quel que soit le type d'appareil, la recherche de réparation est minoritaire : 62% des télévisions tombées en panne en 2013 et conservées par les ménages en 2014 n'ont pas donné lieu à recherche de réparation. C'est le cas de 80% des lecteurs mp3-mp4 et de 61% des appareils photo numériques. Plusieurs raisons peuvent expliquer ce phénomène.

- **Le prix des réparations, relativement proche de celui des produits neufs.**

Le coût de la réparation supérieur à celui du neuf est la principale raison indiquée par les Français ayant remplacé plutôt que réparé leurs produits (25%)¹⁶ (à noter qu'un devis n'a pas nécessairement été demandé, c'est dans ce cas un coût estimé de la réparation). Plus globalement, il vaut parfois plus le « coût » de racheter un produit neuf plutôt que d'opter pour la réparation.

Globalement, pour des produits achetés moins de 50-60-70€ ou si les prix de réparation dépassent 30% à 40% du prix initial de l'objet pour les catégories plus onéreuses, une grande partie des consommateurs fait le choix de ne pas réparer ses objets. Cela s'explique d'une part par des coûts de réparation jugés trop élevés et d'autre part par un prix d'achat trop faible des produits neufs.

Sur ce dernier point, les choses ne risquent pas d'évoluer si le prix des matières premières se maintient aux niveaux actuels. Les activités de la réparation, tout comme celles du recyclage, sont donc fortement dépendantes des cours des matières premières comme le pétrole.

Concernant le prix de la réparation, les coûts se partagent entre la main d'œuvre, le déplacement du réparateur, et les pièces détachées. Dans le domaine de l'électroménager une première approche permet d'attribuer la main d'œuvre et le déplacement à 60% du prix de réparation, et les 40% restant sont attribués aux pièces détachées. L'importance de la composante « main d'œuvre » s'explique par des niveaux d'expérience et de formations élevés. De plus, contrairement à la production, la réparation ne peut pas être taylorisée, et les coûts de déplacements représentent souvent un coût important. La nécessité de disposer rapidement de pièces de rechange impose aussi de devoir immobiliser un stock considérable, ou de payer des frais de ports individuels élevés pour leur acheminement.

Pour toutes ces raisons, **de plus en plus de consommateurs souhaitant faire réparer leurs produits se tournent vers l'autoréparation**, dont l'abréviation anglophone de « do it by yourself » donne l'acronyme DIY. Ainsi, le site <http://www.ifixit.com/> recense par exemple des tutoriels de réparations d'appareils électroniques. Les utilisateurs eux-mêmes peuvent y partager leurs méthodes de réparation. Le revenu du site provient, en partie, de la vente d'outils et de pièces détachées. Rendre libre d'accès des méthodes pour réparer les produits soi-même pourrait faciliter l'autoréparation. Il faut ici rappeler que les risques liés à l'autoréparation sont réels sur certains produits (four à micro-onde ou réfrigérateurs par exemple), d'autant plus si les consommateurs n'en sont pas coutumiers : coupures, électrocution, exposition à des produits toxiques, projections de particules etc. Il faut donc faire preuve de vigilance dans la promotion de l'autoréparation.

- **L'envie de renouveler leur équipement.**

La deuxième grande raison qui retient les consommateurs d'aller vers la réparation est l'envie de changer pour un produit plus performant, une fois le précédent endommagé. La panne constitue le moment opportun pour renouveler les objets. 23 % des Français interrogés ayant remplacé plutôt que réparé leurs produits indiquent que le produit était déjà ancien, et 7 % indiquent qu'ils avaient envie de le remplacer¹⁷.

- **Les contraintes liées à la réparation.**

Une autre raison possible relèverait de la complexité des démarches de réparation, par rapport au rachat à neuf. Devoir attendre deux semaines pour faire réparer une machine à laver peut être déclencheur d'achat.

¹⁶ Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi et de réparation des produits, juillet 2014

¹⁷ Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi et de réparation des produits, juillet 2014

De plus, même si de larges efforts sont déployés pour répertorier les structures de réparation, il n'est pas toujours simple de trouver le « bon » réparateur. Ensuite, les consommateurs ignorant si leur produit est réparable n'osent pas forcément demander un devis, peut-être par peur de devoir payer pour ce service et l'éventuel déplacement du réparateur. Les consommateurs pourraient aussi craindre de devoir refuser la prestation proposée si elle leur paraît trop chère.

Continuer de faciliter l'accès à l'information, sur l'existence des structures de réparation ainsi que sur les devis, paraît donc essentiel.

- **Les craintes liées à la sécurité des produits**

Quand il s'agit d'électronique de puissance ou d'objets potentiellement dangereux, il est légitime d'avoir des craintes en matière de sécurité. Utiliser un grille-pain réparé peut effrayer certains consommateurs pouvant imaginer le déclenchement d'un incendie. De telles inquiétudes pourraient s'intensifier par la médiatisation d'incidents en rapport à la réparation et au réemploi.

Elles pourraient être en partie levées si les réparateurs étaient agréés par les fabricants, et si des garanties liées à la réparation pouvaient être mises en place. De telles mesures existent déjà dans le réseau de réparation ENVIE.

Une autre crainte liée à la protection de données personnelles et à la légalité existe, cette fois-ci dans le domaine de la téléphonie mobile. Concrètement, quand il s'agit de remplacer une vitre de smartphone ou de désimlocker un mobile, la seule possibilité « abordable » consiste parfois à faire appel à des petites boutiques, dont certaines ont une organisation pouvant paraître informelle. Au passage, cela montre la nécessité d'une confiance entre le particulier et le réparateur.

4.2.3. Le rôle des fabricants

Leur rôle semble déterminant pour permettre la réparation. Ainsi, ils ont une part de responsabilité dans la situation actuelle des filières de réparation.

- **L'accroissement de fiabilité des produits**

Comme rappelé ci-dessus, les produits semblent aujourd'hui plus fiables en début de vie, notamment grâce à l'électronique. S'il faut s'en réjouir, pour le confort et la sécurité, il faut reconnaître que cela diminue le besoin en réparation. Par exemple, dans l'automobile, certains types de courroies de distribution ont été remplacés par des chaînes, rognant alors sur l'activité des réparateurs.

- **Le manque de compétences**

Les réparateurs n'ont pas toujours les connaissances ou les outils requis pour effectuer les opérations de réparation. Que ce soit volontaire ou pas, les fabricants peuvent freiner les possibilités de réparation. L'arrivée de l'électronique et de la centralisation de l'information dans le domaine de l'électronique le montre : certaines fois, les garagistes, soumis aux diagnostics et aux informations fournis par les boîtiers électroniques, ne parviennent pas à réparer les pannes.

La transmission de davantage de notices de démontage et de réparation par les fabricants aux réparateurs permettrait sans doute d'avancer sur le sujet.

A ce sujet, dans le domaine de l'électroménager, il faut mentionner l'existence d'une base de données multiconstructeurs (payante) aux réparateurs et rassemblant des informations sur les pièces détachées et sur la réparation.

D'un autre côté, il semble aussi important de garantir un niveau de formation adéquat des nouveaux réparateurs entrant dans la profession.

- **Des craintes en termes de responsabilité**

Parmi les raisons régulièrement évoquées par les fabricants de produits trop peu démontables figure celle de la sécurité. Par exemple, permettre aux particuliers de démonter et d'avoir accès à l'intérieur d'un appareil électrique peut être dangereux. Sur ce point, il faut reconnaître qu'en cas d'accident, c'est toute l'image de la marque qui en est impactée. Il existe parfois des témoins mécaniques montrant si l'appareil a été démonté. Cela permet aux fabricants de se prémunir en cas de réclamation postérieure sur la garantie.

De manière plus générale, il semble pertinent de donner un cadre légal encore plus précis et plus stable aux filières de la réparation et du réemploi. Par exemple, en clarifiant le partage de responsabilités entre les fabricants et les réparateurs.

4.2.4. De nouvelles opportunités pour le secteur

Les difficultés rencontrées par le domaine de la réparation ne signifient pas la fin d'une profession, mais bien une transformation du métier.

La première se situe au niveau des objets connectés qui communiquent des informations relatives au fonctionnement des produits. Cela permet d'anticiper les pannes, mais aussi d'effectuer des diagnostics à distance. Ce dernier point devrait permettre de donner une estimation des coûts de réparation au consommateur.

Alors que les ventes de certains appareils « classiques » diminuent, les fabricants semblent avoir intérêt à se lancer dans les objets connectés¹⁸. Si ces changements peuvent profiter aux métiers de la réparation, cela va aussi leur demander d'élargir leur champ de compétences. Il s'agit en effet de maîtriser de multiples savoir-faire allant de la fibre optique jusqu'à la partie mécanique des produits, en passant par les boîtiers numériques qui rassemblent et communiquent les données, et par la partie électronique des produits. Pour mieux connaître les nouveaux besoins du secteur, l'ADEME soutient le centre de formation Ducretet dans ses études prospectives.

Les mesures prises par la loi « Hamon » sur l'affichage de la disponibilité de pièces détachées devraient aussi leur bénéficier. De même, l'utilisation de pièces détachées d'occasion dans la réparation et le développement du remanufacturing¹⁹ pourraient aussi relancer ce secteur. Enfin, l'arrivée des imprimantes 3D peut également révolutionner le secteur de la réparation.

De nouvelles formes d'organisation de la réparation apparaissent : Il faut souligner les nombreuses initiatives comme les stands temporaires de réparations et les RepairCafé où les particuliers sont encadrés par un réparateur.

Enfin, les autres mesures sur l'allongement des durées de vie devraient indirectement encourager la réparation : si les produits sont réputés durer plus longtemps, les consommateurs devraient être plus enclins à les faire réparer.

4.3. ACTEURS DU REEMPLOI ET DE LA REUTILISATION

Cette activité se rapproche de la réparation, en ayant néanmoins ses particularités concernant la collecte et la remise des produits dans un circuit d'utilisation.

Il faut souligner le fort potentiel de ce secteur dans l'allongement de la durée de vie des produits. Des réseaux comme Emmaüs, Envie, Recycleries, Ressourceries récupèrent des produits usagés pour les remettre en état et permettre leur réemploi ou leur réutilisation.

De manière plus générale, réussir à collecter les produits pouvant faire l'objet d'une deuxième vie est déterminant.

Cela passe, entre autres, par la sensibilisation de la population sur l'intérêt d'apporter leurs produits dans les centres de collecte, en jouant aussi sur les atouts sociaux de cette démarche.

Une fois la remise en état effectuée, il s'agit de remettre les produits sur le marché. Pour les foyers les plus modestes ou pour ceux souhaitant réaliser des économies, cela leur évite de devoir acheter des produits neufs de mauvaise qualité.

Afin de changer les mentalités des consommateurs, il est important de soutenir la croissance de ce secteur, notamment à travers des campagnes de communication.

¹⁸ <http://www.lsa-conso.fr/les-objets-connectes-eldorado-d-une-high-tech-en-souffrance,200392#xtor=EPR-40>

¹⁹ Le remanufacturing consiste à remettre un produit d'occasion dans un état au moins aussi bon que celui des produits neufs.

4.4. FABRICANTS

Aujourd'hui, la place du prix des produits comme critère d'achat est considérable pour les consommateurs particuliers (BtoC). Il n'est d'ailleurs pas possible de savoir qui du consommateur ou des fabricants est à l'origine de ce mouvement, la responsabilité étant probablement partagée. La qualité, en tant que critère d'achat semble souvent relayée au second plan, peut-être, comme évoqué plus haut, en raison d'un manque ou d'un défaut d'information. Ce phénomène est probablement moins marqué chez les entreprises (BtoB).

Quoiqu'il en soit, cet attrait pour les prix bas oblige les fabricants à se livrer une guerre sur les coûts quitte à rogner sur la qualité, dans une concurrence favorisée par la mondialisation. Leurs marges reposent alors de plus en plus sur des biens ou services annexes, tels que la vente de crédits à la consommation et celle de pièces détachées ou de consommables à prix fort etc...

Par exemple, le fait que le prix d'une cartouche neuve puisse coûter 60% du prix de l'ensemble initial [imprimante + cartouche] montre l'importance de prix bas pour attirer le consommateur, et illustre qu'une partie des marges émane des ventes annexes. Il en est de même pour le remplacement de batteries pour les équipements électriques comme les perceuses. Il est d'ailleurs difficile d'expliquer pourquoi le prix de ces batteries de rechange est si élevé : il peut s'agir d'assurer les marges de l'entreprise qui gagnerait peu par la vente de perceuses neuves, ou bien d'une volonté de pousser le consommateur à racheter une perceuse neuve.

Réussir une transition vers des produits plus durables nécessite un recentrage de la concurrence actuelle, fortement basée sur les prix, vers une concurrence davantage orientée vers des questions de durabilité.

Trouver des mesures de marché stimulant cette concurrence est un réel challenge. Augmenter l'information transmise au consommateur est une possibilité qui pousserait les fabricants à vouloir concevoir des modèles plus durables que leurs concurrents.

Aller vers la conception durable pour allonger les durées de vie

Actuellement, les incitations à [l'écoconception](#) émanant du marché ne semblent pas suffisantes. A cela s'ajoutent des incitations réglementaires trop peu contraignantes pour faire évoluer les modèles économiques des entreprises. Certaines affirment que la conjoncture est déjà assez difficile, et invoquent un manque de temps et de moyens. Même s'il ne s'agit que d'une minorité, quelques entreprises sont tout de même en train de franchir le pas vers une conception plus durable. L'accompagnement de l'ADEME est parfois un élément déclencheur.²⁰

Afin d'augmenter la durabilité de leurs produits, les entreprises peuvent jouer sur la robustesse, la compatibilité avec les mises à jour, l'interopérabilité avec les autres systèmes, et enfin sur la réparabilité.

Agir sur la **robustesse** requiert un lourd travail de conception visant à éliminer les points faibles de l'objet. Ensuite, il est clair que cela peut demander l'apport de davantage de matière dans les pièces du produit. Sur ce point, il faut reconnaître que les impacts environnementaux des produits peuvent alors augmenter. Il s'agit néanmoins de trouver le juste milieu dans la robustesse des produits : d'une part adapter la qualité à l'usage qui est fait du produit, et d'autre part donner à toutes les pièces non soumises à l'usure des qualités similaires. Dans le cas de bicyclettes par exemple, il semble peu pertinent d'associer un cadre censé durer 5 ans avec une fourche censée durer 10 ans.

La **mise à jour** de produits peut être sur le software ou bien sur le hardware, et de type incrémental ou bien qualifiée de « rupture ». Installer une mise à jour software peut parfois nécessiter une évolution conjointe de la partie hardware. C'est le cas des ordinateurs portables qui peuvent devenir obsolètes trois ans après leur achat, suite à la sortie de nouveaux programmes nécessitant une mémoire accrue ou la dernière version du système d'exploitation. Et ce, alors que des composants comme l'écran, le clavier, les interfaces, le chargeur, le lecteur de CD/DVD, la carte graphique et souvent même la batterie sont encore fonctionnels.

²⁰ Le site <http://www.eco-conception.fr/static/services-aux-entreprises.html> accompagne aussi les entreprises.

Il suffirait simplement de pouvoir changer des composants comme le disque dur interne, le microprocesseur ou bien encore pouvoir ajouter des barrettes de mémoire vive.

Cela nécessite de pouvoir démonter l'appareil et de pouvoir remplacer certains composants. Pour la marque, la structure interne d'un modèle à l'autre doit donc rester relativement constante. La **démontabilité** des appareils peut d'ailleurs susciter des inquiétudes en matière de sécurité : d'un côté des accidents domestiques (coupures, électrocutions etc.) pourraient survenir en cas d'accès trop facile à la partie intérieure du produit, notamment pour les enfants. De l'autre, des accidents peuvent se produire (incendie, fuite etc.) après une mauvaise autoréparation. A tort ou à raison, ces deux raisons sont souvent invoquées par les fabricants pour ne pas favoriser le démontage.

L'interopérabilité des appareils représente la compatibilité avec des produits de marques différentes. Il s'agit de chargeurs électriques communs à tous les téléphones, ou encore d'embouts universels pour les tuyaux d'arrosage. Cette **compatibilité** n'est pas forcément directe et peut passer par l'apport d'une petite pièce adaptatrice comme celles utilisées entre les prises électriques britanniques et continentales.

Rendre des produits plus réparables peut demander des investissements temporels et financiers à l'entreprise. Par exemple, des assemblages démontables à l'aide de vis s'avèrent souvent plus coûteux que des structures monoblocs et donc non démontables. Cette remarque ne justifie en rien les pratiques qui viseraient à empêcher le démontage des produits en vue d'en augmenter le renouvellement. Des assemblages en clips peuvent par exemple constituer une bonne alternative.

Il s'agit aussi de mettre à disposition des pièces détachées permettant la réparation, ce qui impose un coût important lié à l'immobilisation d'un stock.

Enfin, il est nécessaire de procurer des explications (notices) aux réparateurs, qu'ils soient professionnels ou particuliers. En effet, fournir des pièces détachées sans pouvoir les intégrer au produit serait contre-productif.

La question de l'emploi

Une remarque fréquente de la part des industriels, mais aussi d'autres parties prenantes, concerne l'impact sur l'emploi d'un allongement de la durée de vie des produits. Au premier abord il est légitime de s'attendre à une diminution des ventes, car des produits durant plus longtemps sont à priori remplacés moins souvent. Ainsi, le chiffre d'affaire et l'emploi des entreprises de production seraient revus à la baisse. Néanmoins, cette approche arithmétique devrait peut-être être nuancée. D'une part, un produit de meilleure qualité est vraisemblablement plus cher à l'achat et demande plus de main d'œuvre qualifiée pour sa fabrication. Des mesures valorisant les entreprises « haut de gamme » pourraient bénéficier aux fabricants français et européens, bien meilleurs sur ce segment que sur les produits « bas de gamme ».

D'autre part, le développement de la réparation génère des emplois locaux non délocalisables.

Enfin, modifier leur modèle économique en développant l'économie de fonctionnalité, peut leur assurer une source de revenus supplémentaires. Au-delà de fabriquer des produits, une entreprise peut trouver un relais de croissance en proposant des services.

Si l'impact global sur l'emploi est difficilement estimable, il y a fort à parier que les gisements d'emplois seront en partie déplacés.

Sur le plan des immobilisations de l'entreprise, un allongement de la durée de vie d'un produit via un accroissement de la réparabilité et de l'adaptabilité nécessite de devoir conserver, en stock, de nombreuses pièces détachées pour pouvoir répondre rapidement à la demande. À cela s'ajoute le fait de devoir conserver les plans, les méthodes et le savoir-faire liés à la fabrication, longtemps après sa sortie. L'usage d'imprimantes 3D dans le domaine de la production ou de la réparation pourrait permettre de limiter ces difficultés. Des études sur ce sujet sont à mener.

Ainsi, accroître la longévité d'une gamme de produits implique parfois de profonds changements d'organisation industrielle.

Par ailleurs, la transition vers un modèle de conception durable, bien que potentiellement rentable à long terme, peut s'avérer coûteuse à court terme, notamment pour les petites entreprises. Ce point permet aussi de rappeler que les pistes d'actions devront tenir compte des disparités entre entreprises, liées à leur taille, à leur secteur etc... Plusieurs soutiens de l'ADEME ou par les Chambres de Commerce et d'Industrie leur sont proposés, et pourraient tenir compte des efforts entrepris, dès aujourd'hui, pour l'allongement des durées de vie.

La question de l'innovation

Avant tout, il faut rappeler que l'innovation n'est pas antinomique avec la consommation durable. Il va d'ailleurs falloir innover à de nombreuses étapes du cycle de vie des produits pour se rapprocher d'un modèle d'économie circulaire. Aujourd'hui, plus que l'innovation croissante dans certains domaines, c'est le rythme des renouvellements des produits qui interpelle.

Selon certains fabricants, un faible taux de renouvellement freinerait l'innovation en limitant les effets d'échelle ou en ralentissant le retour d'expérience. D'une part, le développement de technologies comme la 4G dans les infrastructures de téléphonie n'aurait pas été si rapide sans un renouvellement accéléré des smartphones. Si cette crainte est légitime, une telle innovation aurait tout de même pu avoir lieu si les téléphones portables avaient été modulables. C'est-à-dire que de nouveaux composants auraient pu être intégrés pour rendre les mobiles 3G compatibles à cette technologie 4G. C'est tout l'intérêt du projet pilote Ara de Google, sur des smartphones complètement modulables, ou encore de l'initiative Phonebloks.

Il faut ici aussi rappeler que sur certains produits de rupture comme les premières versions de panneaux photovoltaïques, et plus largement sur certains composants, il n'est pas souhaitable d'avoir des niveaux de robustesse sur-proportionnés.

D'autre part, lancer des produits de courte durée de vie permet aux producteurs de recueillir rapidement des retours d'expérience, notamment au sujet des pannes. Dit autrement, en cas de défaut de conception ou de la découverte d'une amélioration potentielle sur la première génération, l'industriel peut alors effectuer les modifications qui s'imposent et lancer rapidement la seconde. Alors que le cas des longues durées de vie nécessite une anticipation plus importante de la part des fabricants, et donc un allongement des délais préalables au lancement des nouveaux produits. Par exemple, si la durée de garantie légale s'allongeait, il faudrait que les producteurs soient confiants dans la robustesse et la fiabilité accrues de leurs produits, avant de les lancer.

L'innovation se trouve aussi touchée lorsqu'il s'agit de la standardisation des technologies. Pour caricaturer, si tous les producteurs d'imprimantes devaient se conformer à une norme imposant la compatibilité avec un certain type de cartouches d'encre, l'innovation dans le secteur risquerait d'être grandement freinée.

Il s'agit donc de trouver le juste milieu entre durabilité d'une part et progrès technique et garantie d'une concurrence entre acteurs d'autre part.

4.5. SERVICES MARKETING

Ce sont eux qui pilotent la communication à destination des consommateurs. Ils jouent, en quelque sorte, un rôle de prescripteurs, et cherchent à convaincre ou persuader les consommateurs d'acheter leurs produits. Néanmoins, dans certains cas, l'information transmise ne reflète pas exactement la réalité du produit.

Le nouvel article 90 de la Loi de Transition Énergétique, qui oblige « les producteurs réalisant volontairement une communication ou une allégation environnementale concernant leurs produits [à] mettre à disposition conjointement les principales caractéristiques environnementales de ces produits » va dans le sens d'une meilleure transparence. Par ailleurs il semble émerger, chez certaines entreprises, un marketing qualifiable de plus « responsable ». Des travaux sont en cours à l'ADEME sur le sujet.

Concernant la longévité des produits, il est souvent impossible, ex-ante, de s'assurer de la véracité des promesses de vente présentées via la publicité ou sur l'emballage. En effet, aucun producteur n'a intérêt à reconnaître que ses produits sont de moins bonne qualité que ceux de ses concurrents. Cette asymétrie d'information explique la tendance de certains services marketing à survaloriser leurs produits. Bien entendu, cela favorise les grandes entreprises à fort budget dédié à la communication.

Au final, imposer plus de transparence, via des tests indépendants et/ou normés sur la longévité, rendrait une partie des batailles commerciales superflues, et bénéficierait à de nombreux acteurs.

4.6. DISTRIBUTEURS

Ce sont les acteurs qui, par définition, sont en relation directe avec toutes les autres parties prenantes.

Avec l'arrivée d'internet et la concurrence des sites de ventes en ligne, leurs marges se sont davantage portées sur la vente d'extensions de garanties. Pour établir les prix de vente de ces assurances facultatives, les distributeurs doivent s'appuyer sur des estimations de fiabilité et de durée de vie des produits qu'ils proposent.

Cependant, s'ils connaissent plutôt bien les produits qu'ils assurent, il n'est pas toujours simple pour un client de se faire conseiller en magasin. En effet, il arrive parfois que la connaissance de vendeurs n'ayant pas eu le temps de se former complètement, se limite aux indications fournies sur l'emballage du produit.

Un vendeur ou un site de vente, au fait des durées de vie de ses produits qu'il distribue, pourrait mieux conseiller les clients et les orienter vers des produits plus durables qui répondent au plus près de leurs besoins.

Notamment, le distributeur est probablement l'acteur le mieux placé pour expliquer aux consommateurs qu'il est parfois plus rentable d'investir dans un produit onéreux que de renouveler plusieurs fois des produits « bas de gamme ».

De plus, il semble s'opérer une distinction entre les distributeurs en magasin, qui tentent d'être proches et à l'écoute de leurs clients pour leur conseiller les produits dont ils ont, ou pourraient, avoir besoin, et les sites de vente en ligne qui fournissent pour chaque produit, de très nombreuses informations.

Ensuite, les distributeurs se chargent souvent du Service Après-Vente de leurs produits. Si c'est largement le cas en France, ce ne l'est pas forcément dans les autres pays où les garanties se gèrent via les fabricants. En tant qu'intermédiaires avec les activités de réparation, ils ont un accès privilégié aux types de pannes affectant leurs produits. Là-dessus, il leur est souvent reproché, pour des raisons de coûts, de remplacer directement les produits endommagés par des neufs, plutôt que de faire procéder à leur réparation. Ainsi, en cas de mesures portant sur les garanties et la réparation il faudra donc s'assurer qu'il existe bien une tentative de réparation, et non un remplacement systématique des produits.

A ce sujet, beaucoup voient l'augmentation de la durée de vie des produits ou encore les allongements de durées légales de garanties comme un coup porté aux modèles économiques des distributeurs, basés en grande partie sur les ventes d'extensions de garanties. Ainsi, si les produits durent plus longtemps, les clients ne voudront plus forcément acheter de garantie supplémentaire. D'autres, au contraire, voient dans ces accroissements de longévité des **opportunités pour les distributeurs**. D'une part, les distributeurs peuvent se **repositionner sur les activités de réparation** en lien avec leur Service Après-Vente. C'est peut-être davantage le cas pour les distributeurs en magasin. D'autre part, la loi Consommation impose que la durée de disponibilité ou la date jusqu'à laquelle les **pièces détachées** nécessaires à l'utilisation des produits seront disponibles soit affichée sur le lieu de vente. Le commerce de pièces détachées pourrait donc leur constituer une nouvelle source de revenus.

Enfin, **d'autres modes de commercialisation basés sur l'économie de fonctionnalité** peuvent être proposés comme la location ponctuelle de certains produits conçus pour être mutualisés. On peut aussi mentionner l'émergence des locations « longue durée » (LLD), ou encore « avec option d'achat » (LOA) pour les particuliers. Dans ce type de modèles, la maintenance et la réparation incombent au distributeur.

Ces trois opportunités renforceraient le contact avec le client, ce qui semble être essentiel pour les distributeurs.

Il faut aussi mentionner que le fait de proposer de très nombreuses références différentes en magasin n'est pas forcément favorable à l'allongement des durées de vie.

Même si cette variété pourrait permettre au client de trouver le produit qui correspond le mieux à ses besoins, cela nécessite de conserver autant de références de pièces détachées et d'acquérir autant de compétences sur la réparation. Des réflexions sur le grand nombre de références proposées au consommateur entreraient aussi dans la recherche d'une consommation plus durable.

4.7. ASSUREURS

Une garantie n'est rien d'autre qu'une assurance et les assureurs cherchent à obtenir des informations à la fois sur les produits et sur l'usage qui en est fait. Trois points sont ici soulignés : l'élargissement possible des catégories de biens garantis, les problématiques liées à l'utilisation de produits de d'occasion, et le développement des réparations en nature.

Premièrement, les biens aujourd'hui assurés sont très souvent des objets de forte valeur comme des automobiles ou des habitations. **Cependant, il est envisageable que les assureurs souhaitent, à l'avenir, inclure les biens d'équipement comme l'électroménager dans leurs offres.** Là-dessus, les assureurs pourraient tirer profit des informations dégagées par l'arrivée des objets connectés dans les foyers des consommateurs. Ainsi, ils parviendraient à connaître davantage leurs habitudes de comportement, et déterminer par exemple les produits susceptibles d'être renouvelés prochainement.

Quoiqu'il en soit, afin de mieux connaître les produits qu'ils assurent, les assureurs semblent avoir intérêt à pousser le développement de méthodes d'estimation de durée de vie.

Deuxièmement se pose la question de garantir **ou d'assurer des pièces d'occasion, remanufacturées ou issues du recyclage.** Ces considérations semblent plus larges que le simple sujet des durées de vie, mais reviennent au premier plan lorsqu'il s'agit d'allonger les durées d'usage ou de fonctionnement. Ainsi, comment s'assurer qu'un tel produit ayant déjà vécu soit suffisamment sûr ? Cette question concerne non seulement les consommateurs amenés à utiliser de tels produits, mais aussi les acteurs apportant une garantie, c'est-à-dire une assurance sur ces produits. Dans le domaine de l'automobile, c'est le Contrôle Technique qui remplit cette fonction de certification.

Il apparaît donc nécessaire de développer des procédures simples de certification de conformité pour les produits d'occasion ou remanufacturés.

Les assureurs pourraient alors soutenir davantage l'usage de pièces de réutilisation dans les étapes de réparation. En effet, pour rester dans le domaine automobile, un des moyens de rendre rentable l'allongement de la durée de vie des véhicules consiste à recourir à des pièces d'occasion pour les réparations. En effet, jusque-là, les pièces utilisées étaient principalement neuves ou provenaient de la remise à neuf (remanufacturing). Pour cette dernière possibilité, on parle alors « d'échange standard ». En pratique, l'arrêté du 29 avril 2009 qui fixe les modalités relatives aux véhicules endommagés rend possible l'utilisation de pièces de réutilisation pour la réparation de véhicules après l'accord d'un expert, du réparateur et du propriétaire. Les éléments de sécurité (ex : la ceinture de sécurité) sont toutefois exclus de ces dispositions. Pour de nombreux véhicules économiquement non réparables avec l'utilisation de pièces neuves, la réparation avec des pièces de réutilisation devient alors rentable.

Ces pratiques de plus en plus courantes devraient être renforcées l'article 77 de la Loi sur la transition énergétique qui indique que « tout professionnel qui commercialise des prestations d'entretien ou de réparation de véhicules automobiles permet aux consommateurs d'opter pour l'utilisation, pour certaines catégories de pièces de rechange, de pièces issues de l'économie circulaire à la place de pièces neuves ».

Plusieurs mutuelles d'assurances (MACIF, MAIF, ...) ont saisi cette occasion pour diminuer le coût moyen des sinistres partant du principe que dans le cas d'une réparation d'un véhicule accidenté, la facture est constituée en moyenne de 40 % du prix des pièces. Selon ces mutuelles, la pièce de réutilisation s'affirme comme une alternative forte à la pièce neuve, de plus en plus chère. De nombreuses expérimentations régionales sont en cours pour tester la faisabilité de l'utilisation des pièces de réutilisation pour la réparation des véhicules endommagés.

Ces expérimentations montrent que le niveau d'acceptation des pièces de réutilisation par les sociétaires de ces mutuelles est plutôt bon, voire très bon (jusqu'à 80 % dans certains cas). Pour répondre à cette opportunité, les centres agréés de Véhicules Hors d'Usage (VHU) se sont organisés en développant des outils informatiques (Global PRE au CNPA) permettant une mutualisation, une visualisation et une traçabilité permanente des stocks de pièces. Ce référencement permet à un réparateur de connaître à tout moment la disponibilité d'une pièce.

Au final, la réparation des véhicules avec des pièces de réutilisation permet le développement d'une démarche qui profite à beaucoup d'acteurs :

- au centre VHU agréé qui développe son marché de la pièce de réutilisation
- au réparateur qui peut réparer un véhicule qui aurait été orienté vers la filière VHU si le coût des réparations avait été trop élevé
- à l'expert qui valorise son expertise
- à l'assureur qui voit diminuer globalement le coût moyen des sinistres
- à l'assuré qui bénéficie de la maîtrise du coût moyen des sinistres par son assureur et qui peut faire réparer son véhicule endommagé plutôt que d'être tenté de le faire détruire.

Il est tout à fait envisageable qu'à terme, d'autres types de biens puissent être réparés à partir de pièces de réutilisation. Néanmoins, dans le secteur du bâtiment, les entreprises utilisant du matériel issu de recyclage des déchets du bâtiment ou du matériel de réemploi éprouvent de réelles difficultés pour se faire assurer. Une étude sur les freins au réemploi dans le secteur du bâtiment pilotée par l'ADEME est justement en cours de préparation.

Troisièmement, **les assureurs ont le pouvoir d'encourager la réparation des produits en optant pour le modèle de la réparation en nature (REN)**. Cette solution consiste pour l'assureur à mandater directement un réparateur de son réseau ou celui d'un prestataire pour le compte du sinistré.

En 2013, dans le domaine de l'habitation, les assureurs pratiquaient à 55 % l'indemnisation pécuniaire (sur devis ou facture), à 30 % le gré à gré (l'assuré réalise lui-même les travaux) et enfin à 15 % la réparation en nature en cas de sinistre. Ce mode d'assurance est encore marginal en France mais beaucoup plus présent dans les autres pays européens (70 % en Espagne et 40 % au Royaume Uni). Pour les assureurs, la REN détient donc un fort potentiel de croissance. D'une part elle leur permettrait de mieux connaître et donc maîtriser les coûts réels que nécessitent les réparations. D'autre part elle pourrait exercer un contrôle accru de l'utilisation de ses versements aux fins de la réparation. A moyen terme, il est possible que ces pratiques feroient baisser les tarifs de l'assurance habitation et participeraient au développement des métiers de la réparation et de l'artisanat.

Ce système pourrait être étendu à l'électroménager. Les assureurs privilégieraient alors le dédommagement à travers un service (la réparation agréée) plutôt qu'à travers le versement d'argent directement au consommateur.

4.8. POUVOIRS PUBLICS

Ils représentent le plus grand levier décisionnel, à travers la mise en place de normes et de nouveaux cadres réglementaires. Sur le sujet de la durée de vie, il faut ajouter que parmi leurs premières réactions figurent souvent des questions liées à l'emploi et à l'innovation des entreprises. **Un défaut dans la communication auprès des pouvoirs publics pourrait donc compromettre la réalisation pratique de mesures liées à l'allongement de la durée de vie.**

4.9. ORGANISMES DE NORMALISATION

A travers des batteries de tests sur un produit, il est possible d'en donner une « durée de vie normative ». Mais cette valeur ne reflète pas forcément la durée de fonctionnement, qui dépend de l'usage de chacun. Cette valeur n'est pas non plus représentative de la durabilité, qui, comme mentionné au début, intègre des notions de réparabilité, de démontabilité etc. Il s'agit simplement d'une valeur de laboratoire qui permet de caractériser la résistance à l'usure et de comparer un produit à un autre.

Les critères de performances associés à un test normé sont le fruit d'une négociation entre les différentes parties prenantes telles que des fabricants, des associations de consommateurs, et, bien entendu, des organismes de normalisation tels que l'AFNOR.

Aujourd'hui, si la norme ISO 14 000 offre un cadre pour les méthodes d'Analyse de Cycle de Vie, ce n'est pas encore le cas en ce qui concerne la durée de vie normative de la plupart des produits. Ainsi, bien que les entreprises développent souvent, en interne, des procédures de tests de leurs produits, il n'en existe pas qui soient communes. **On comprend facilement que les industriels puissent être réticents à communiquer sur les méthodes et les résultats de leurs tests, véritables données stratégiques.** Les affichages concernant la robustesse et la durabilité émanent souvent d'initiatives volontaires et ne reflètent pas toujours la réalité. Demain, si cette communication d'information devenait obligatoire, il s'en suivrait un accroissement du rôle des organismes de normalisation, mais aussi de celui des organismes qui mettent au point les tests.

Ainsi, le LNE a déjà proposé un [référentiel « chapeau »](#) sur les méthodes de base d'estimation de durée de vie. Aller plus loin en développant des référentiels « sectoriels », c'est-à-dire une méthodologie propre à une catégorie de produits, permettrait d'encadrer des mesures sur l'allongement de la durée de vie. De plus, ces informations permettraient de perfectionner les études d'impacts environnementaux puisqu'elles différencieraient chaque produit. Une fois ces référentiels mis au point, leur normalisation au niveau européen voire mondial apparaît nécessaire pour pouvoir avancer sur le sujet et éviter de nombreuses réclamations des parties prenantes.

4.10. MEDIAS

Ils jouent un rôle crucial dans la transmission d'informations auprès des consommateurs. Comme souvent en matière d'environnement, ils sont contraints de faire des résumés, notamment pour rester compréhensibles par le grand public. Or, il est rare de pouvoir faire des raccourcis dans le domaine de l'environnement, et les démarches scientifiques entreprises nécessitent souvent de la nuance.

Ainsi, toute mesure sur la durée de vie des produits devra s'accompagner de pédagogie dans les explications adressées aux médias et aux citoyens.

Par ailleurs, à travers la couverture de scandales symboliques²¹ et pas toujours avérés, les médias semblent entretenir la méfiance et la suspicion des consommateurs vis-à-vis des industriels, en matière d'obsolescence programmée. Or, les paragraphes précédents l'ont montré, cette mauvaise image empêche certains consommateurs d'investir dans des produits durables. Il importe donc grandement de rétablir cette confiance, en comptant sur la participation des médias.

²¹ Quelques scandales attribués à de l'obsolescence programmée sont présentés en Annexe

5. Pistes d'actions et position de l'ADEME

Après avoir expliqué l'intérêt lié à un accroissement de la durabilité dans le cadre d'une consommation plus durable, après en avoir présenté les définitions, l'actualité et les enjeux, il convient de se pencher sur quelques pistes d'actions. **Avant cela, il paraît important d'indiquer quelques points généraux de cadrage** qui complètent les remarques de la partie 2 « Allonger la durée de vie des produits ».

5.1. QUELQUES POINTS SUR LE FOND

Dans cette partie sont présentés quelques éléments de base qui peuvent servir de points de départ à la recherche de pistes d'actions. Il s'agit de **la nécessité de développer les méthodes d'analyse environnementale et de mettre au point des moyens de déterminer la durée de vie normative et la durabilité des produits**. Cela constitue une condition préalable à l'étude de pistes d'actions, au cas par cas, par types de produits.

5.1.1. Quelques éléments de cadrage

Pour parvenir à augmenter la durée totale de fonctionnement d'un produit, tout en mutualisant au maximum l'usage qui en est fait, il faut compter sur la combinaison de quatre points :

- 1) Accroître la durabilité : La qualité des produits, leur réparabilité, leur compatibilité avec les autres systèmes et leurs capacités à évoluer.
- 2) Fournir au consommateur une information fiable sur la durée de vie des produits.
- 3) Consommer de façon plus responsable, en adéquation avec ses besoins réels, en entretenant ses produits et en limitant d'une certaine manière les effets de mode qui encouragent les renouvellements prématurés.
- 4) Optimiser les usages (consommation collaborative, maximisation des usages...) et favoriser le réemploi.

Chacune des parties prenantes doit être impliquée dans les plans d'action. La responsabilité des industriels dans le manque de durabilité de certains produits actuels n'est pas totale : il importe alors d'intégrer le rôle des consommateurs, des distributeurs, et des autres acteurs. Quant aux produits, il semble intéressant de les considérer par catégories, avant de proposer pour chacune, des propositions d'actions.

Outre la recherche de résultats concrets et la diminution des impacts environnementaux liés à la consommation, le fait d'intégrer les questions d'allongement de durée de vie dans les débats politiques et les médias est important pour les intégrer dans les consciences. En d'autres termes, **même si certaines mesures initiales ne semblent pas être à la hauteur des enjeux, il faut compter sur des avancements pas à pas**. D'ailleurs, s'il semble préférable de voir émerger des mesures à l'échelle européenne, il faut souligner l'importance des actions locales et des projets pilotes.

Enfin, comme suite au lancement de toute mesure environnementale, des contre-exemples peuvent émerger sans pour autant être représentatifs de la majorité des cas. S'il faut en tenir compte, ils ne remettent pas nécessairement en question les bienfaits de l'initiative.

5.1.2. Quelques points de vigilance

Pour éviter d'être contreproductif, il convient, comme souvent, **d'anticiper les comportements des acteurs** qui seraient soumis aux propositions d'actions.

D'une part, vouloir cibler un aspect du problème peut parfois produire des effets secondaires inattendus. Ainsi, encourager un acteur à réduire un impact environnemental dans une étape de la vie du produit peut conduire à l'augmentation des impacts environnementaux, dans une autre étape.

C'est ce qu'on appelle les « **transferts de pollution** », ou « **transferts d'impacts** ». Par exemple, des objets plus solides vont, a priori, durer plus longtemps. Les impacts liés à leur recyclage seraient alors vraisemblablement diminués. Cependant, il a peut-être fallu utiliser davantage de matière pour construire l'objet, ce qui pourrait augmenter les impacts liés à l'extraction des ressources.

D'autre part, des mesures portant sur la consommation d'un produit peuvent susciter des changements indirects sur la consommation d'autres produits. On parle alors « **d'effet rebond** ». Concrètement, mutualiser une voiture entre particuliers peut représenter un gain environnemental pour la société, et un gain de pouvoir d'achat pour les utilisateurs. Cependant, ces derniers peuvent être alors tentés de les utiliser plus souvent. Alors, cet accroissement de consommation peut parfois compenser voire dépasser les premiers gains environnementaux au risque d'être contreproductif.

Par ailleurs, en communiquant sur la durée de vie des produits, **certains messages peuvent être interprétés comme encourageant et poussant à la consommation**. Dans le cas de l'étiquette énergie, certains fabricants d'écrans plats ont vanté la plus faible consommation électrique de leurs produits par rapport aux télévisions à tube cathodique, sous entendant à dimensions égales. Mais, parallèlement, ils ont aussi commercialisé des produits de plus grande diagonale que les modèles cathodiques. Il faut donc faire preuve de vigilance en anticipant, si possible, les comportements des parties prenantes.

De plus, il faut aussi garder en tête qu'il n'existe pas de solution « miracle » et quelques contre-exemples, bien qu'en nombre marginal, peuvent émerger dans le débat. **Il s'agit alors de faire la part des choses pour ne pas décrédibiliser une mesure pourtant bénéfique sur la très grande majorité restante.**

Notamment, ces contre-exemples pourraient concerner des produits vertueux pour l'environnement, mais moins robustes que les autres. Il s'agit donc d'anticiper les cas tels que des stylos « vertueux », en carton recyclé, qui s'effilochent assez rapidement et durent donc bien moins longtemps que des stylos conventionnels. Sur ce cas précis, il semble que même si le modèle recyclé dure moins longtemps que les autres, il est probable qu'il dure suffisamment longtemps pour l'usage demandé et que la cartouche soit vide avant la détérioration du carton.

Enfin, deux points sont fréquemment repris dans les débats liés à l'allongement de la durée de vie des produits : **les impacts sur l'emploi et la vulnérabilité de la frange la plus pauvre de la population**. S'il importe de tenir compte de ces deux aspects dans les propositions, il n'est pas moins primordial de communiquer sur ces questions avec prudence et pédagogie. Par exemple, indiquer de manière brutale qu'une mesure va supprimer certains emplois pour en créer des différents, n'est pas toujours bien accepté.

5.1.3. La nécessité d'accroître la transparence

L'attrait des consommateurs pour des produits peu durables s'explique en partie par un défaut d'information sur les caractéristiques des produits. Offrir davantage d'informations sur longévité, la durabilité et les impacts environnementaux des produits pourrait faire changer les habitudes des consommateurs, mais également celles des fabricants. Cela permettrait aussi de pouvoir prendre des mesures réglementaires et de suivre les progrès réalisés.

Mais, avant de diffuser ces informations, il s'agit de pouvoir les déterminer. C'est l'objet des deux parties suivantes.

5.1.4. L'importance d'estimer l'impact environnemental des produits

Les méthodes d'estimation des impacts environnementaux des produits (aussi appelée analyse du cycle de vie) doivent continuer d'être développées, tout en tenant compte des effets au long terme liés à la raréfaction des ressources. Parallèlement, cela implique de faire des choix sur la pondération des différents critères d'impact.

Par ailleurs, **ces méthodes doivent englober toutes les étapes du cycle de vie** des produits et de leurs usages : de leur conception à leur traitement en fin de vie. De plus, **elles doivent présenter une approche multicritère**. Ainsi, si l'indicateur « émissions de gaz à effet de serre » permet d'illustrer l'influence d'une consommation d'un bien ou d'un service sur le changement climatique, **il paraît primordial de chercher à intégrer les autres critères comme l'épuisement de ressources non renouvelables**. En effet, cet impact n'est aujourd'hui pas ou peu considéré comme impact environnemental. Or, pour des raisons stratégiques et sachant que la raréfaction de certaines ressources pourrait conduire à aggraver les impacts liés à des extractions moins sélectives, il paraîtrait pertinent d'en tenir compte. Les choix en matière de pondération, permettant de donner des importances relatives aux impacts, pourraient également être discutés.

S'appuyer sur les analyses de cycle de vie des produits²² devrait permettre de justifier des plans d'actions et de chiffrer les gains environnementaux en évitant, une fois encore, d'être contre-productif via des transferts d'impacts. Par exemple, ces analyses permettraient, pour chaque type de produit, de connaître le type de mesure à privilégier avant les autres : augmenter la robustesse de ses composants ou plutôt favoriser son démontage et sa réparation.

5.1.5. Le besoin de méthodes d'estimation de la durée de vie des produits et de leur durabilité

Afin de permettre l'estimation la plus précise possible des impacts environnementaux d'un produit, il est nécessaire de connaître au mieux son « espérance de vie ». L'exemple des téléviseurs en apporte une preuve très concrète : aujourd'hui, la plupart des travaux d'analyse environnementale de ces produits se basent sur une durée de vie non différenciatrice des différents modèles. Ainsi, il est considéré que toutes les télévisions ont la même durée de vie, une valeur proche d'une dizaine d'années ; les différences de réparabilité ne sont pas non plus prises en considération. Si cette démarche simplificatrice s'explique par le manque d'information sur les durées de vie individuelles, il n'en reste pas moins que les impacts calculés sont sous-estimés pour les téléviseurs à plus faible durée de vie que la valeur choisie, et surestimés pour les autres.

Ainsi, pour davantage de précision et de justice envers les modèles les plus durables, il semble **nécessaire de pouvoir avoir accès à une valeur différenciatrice reflétant la durabilité des produits**. En plus de son intégration dans l'impact environnemental, la possibilité de l'afficher sur les produits, en serait grandement facilitée.

Or, à ce jour, et pour la majorité des produits, il n'existe pas de norme permettant d'évaluer de manière consensuelle les durées de vie. Par exemple, lors des groupes de travail sur l'affichage environnemental, les entreprises volontaires négocient elles-mêmes avec les autres parties prenantes les méthodes d'évaluation de la durée de vie des produits.

Un cadre normatif, donnant des référentiels, c'est-à-dire les méthodologies harmonisées d'évaluation de durée de vie normative dans différents secteurs tout en intégrant les notions de démontabilité, de disponibilité des pièces détachées et de réparabilité, de compatibilité, et du caractère évolutif pour arriver à une évaluation de la durabilité permettrait d'avancer considérablement sur la question.

Un partenariat entre l'ADEME, le LNE, et le ministère en charge de l'Ecologie, portant sur la construction de référentiels, devrait être relancé, en intégrant par la suite les autres parties prenantes. L'AFNOR pourrait aussi s'associer à ces travaux sur la partie de normalisation. Il s'agit en effet de se mettre d'accord, par secteurs, sur les critères de performance évalués. Ces derniers sont cruciaux pour les industriels, mais aussi pour l'ADEME. Ainsi, il ne faudrait pas que, suite à une « mauvaise » sélection, les industriels, soucieux d'obtenir une bonne évaluation, se focalisent sur des critères peu représentatifs.

²² L'ADEME continue de développer la méthode de calcul IMPACTS ® accessible gratuitement sur le site <http://www.base-impacts.ademe.fr/>

Au final, les procédures d'évaluation de durée de vie ressembleraient vraisemblablement à des tests de vieillissement accéléré comme ceux présentés au public sur les fauteuils ou tiroirs de certaines enseignes d'ameublement ou ceux sur les lampes. La durée de vie calculée serait qualifiée de « normative » et ne correspondrait pas forcément à la durée moyenne de fonctionnement d'un produit dont le vieillissement ne serait pas accéléré.

Les délais de mise en place de normes sont souvent très longs et il faut parvenir à réunir de nombreuses parties prenantes.

Des réglementations fixant des échéances et obligeant les différentes parties à se mettre d'accord, pourraient considérablement accélérer la procédure.

En attendant, la LTECV propose que des expérimentations puissent être lancées, sur la base du volontariat, sur l'affichage de la durée de vie des produits.

5.2. QUELQUES PISTES D' ACTIONS

A partir des éléments de cadrage décrits ci-dessus, voici quelques pistes d'actions pour encourager l'allongement de la durée de vie des produits. Emanant de l'ADEME ou issues d'autres études, elles s'ajoutent aux 26 fiches proposées, dans le domaine particulier des équipements électriques et électroniques (EEE), dans [l'étude sur les durées de vie des EEE](#).

Elles s'ajoutent également aux nombreux travaux en cours menés par l'ADEME en vue du développement de l'éco-conception et de la conception modulaire pour faciliter la réparation ou de toutes les actions menées pour la promotion et le développement du secteur du réemploi et de la réutilisation.

5.2.1. Développer l'affichage environnemental, celui de la durée de vie ou de la durabilité des produits

Comme souvent, lorsqu'ils sont interrogés, les consommateurs souhaitent davantage d'informations, y compris sur le thème de la durabilité. L'Eurobaromètre organisé par la Commission Européenne en 2012 sur "les comportements et attitudes des consommateurs européens à l'égard des produits verts" a montré que 92% des répondants européens (et 92% des répondants français) sont favorables à la mise à disposition d'une information sur la durée de vie des produits²³.

Mais, une fois informés, ils ne passent pas toujours à l'action et ont parfois du mal à abandonner leurs habitudes antérieures.

Pourquoi vouloir afficher ces informations ?

Parmi les pistes souvent proposées pour diminuer les impacts environnementaux des produits figure l'affichage environnemental, sur leur emballage, de l'évaluation de ces impacts. Un tel affichage nécessite des méthodes d'analyses environnementales, qu'il convient, encore une fois, de développer notamment pour une meilleure prise en compte de la raréfaction des ressources. Parallèlement à cet affichage environnemental figure **une autre piste qui consisterait à afficher sur certains produits, une évaluation de durée de vie ou, plus largement, de leur durabilité.**

Ces affichages devraient permettre de limiter l'asymétrie d'information qui existe entre les fabricants et les consommateurs, et qui constitue l'une des causes principales du renouvellement fréquent des produits.

Aujourd'hui, les ampoules sont presque les seules à être soumises à un affichage de durée de vie normative, calculée sur la base d'un échantillon d'ampoules. Lorsque les caractéristiques de l'ampoule indiquent une durée de vie de 10 000 heures, cela signifie que sur un échantillon de lampes, au bout de 10 000 heures 50% d'entre elles continuent de fonctionner.

²³ http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_fact_fr_fr.pdf

L'affichage environnemental des produits est réapparu sur le devant de la scène à l'issu du Grenelle de 2009. Mais, très rapidement, aucune obligation légale ne s'est imposée aux fabricants. C'est donc de manière volontaire que certains ont pu afficher les performances de leurs produits vis-à-vis de quelques critères environnementaux, parfois ceux qui les arrangeaient.

Aujourd'hui, la démarche reste volontaire, mais elle est encadrée. Les entreprises qui souhaitent participer doivent construire avec d'autres parties prenantes (dont l'ADEME) des « règles du jeu », à travers la rédaction de référentiels d'évaluation. Ces référentiels sectoriels sont des déclinaisons d'un référentiel général, appelé « [chapeau](#) », qui reprend lui-même les notions normées de la série ISO 14 040 qui donne le cadre aux analyses du cycle de vie.

Pour la grande majorité des produits, il n'existe pas de barrière technique à la mise en place d'une méthodologie d'analyse pour l'affichage environnemental : même si elles restent encore à améliorer, il existe des méthodes pour évaluer les différents impacts environnementaux. Par contre, un manque de volonté des parties prenantes constitue un véritable frein. Là-dessus, il ne faut pas oublier que l'analyse environnementale est une méthode d'estimations basées sur un périmètre d'unité fonctionnelle, sur des pondérations et sur des hypothèses de calcul. Il est toujours possible de remettre en cause ces différents choix : la forte place accordée au changement climatique, l'absence de prise en compte de l'épuisement des ressources naturelles etc. Mais le développement de méthodes d'évaluation de la durée de vie reposera lui aussi sur des hypothèses de base qui risquent, à leur tour, d'être remises en causes par certains. **Il n'est donc pas réaliste de penser échapper aux imperfections de l'analyse environnementale par la mise en place d'un affichage de durée de vie.**

Pour évaluer l'impact environnemental des produits, il s'agit d'en connaître la durée de vie. Très concrètement, si un t-shirt « A » présente une durée de vie deux fois plus grande qu'un t-shirt « B », alors pour une unité fonctionnelle donnée (« 50 lavages » par exemple), l'impact environnemental de « B » sera deux fois plus grand que celui de « A ». Or, comme expliqué plus haut, **il n'existe pas de norme permettant d'évaluer de manière consensuelle les durées de vie.**

Les analyses environnementales reposent aujourd'hui sur des valeurs de durées de vie moyennes et communes à l'ensemble des produits d'une gamme. Ils ne tiennent pas non plus compte de la réparabilité des produits.

Ces absences de différenciation des produits s'expliquent par un manque d'information et faussent donc, au final, les valeurs et les comparaisons des impacts calculés.

Alors, il est clair qu'un cadre normatif, donnant les référentiels, c'est-à-dire les méthodologies d'évaluation de la durée de vie normative et de la durabilité des produits, permettrait d'accroître la fiabilité des analyses environnementales. C'est donc une raison de plus qui justifie l'intérêt de développer l'évaluation de durées de vie et de durabilité des produits.

Quels sont les effets à attendre de ces affichages ?

Comme décrit précédemment, indiquer l'impact environnemental ou des notions de durée de vie du produit vise à orienter le choix d'achat du consommateur et le choix de fabrication du producteur vers le produit impactant le moins l'environnement. Pour l'affichage environnemental, c'est assez simple à concevoir : le consommateur sensible à ces questions, tiendrait compte des impacts environnementaux dans son acte d'achat. Pour l'affichage de la durée de vie, c'est un peu plus compliqué : dans les nombreux cas où « longue durée de vie » et « durabilité » riment avec « faible impact environnemental global », il faut donner au consommateur l'envie d'acheter les produits qui durent le plus longtemps. Or, comme ces derniers sont souvent les plus onéreux à l'achat, il est pertinent de ramener leur prix de vente à leur prix d'usage (par exemple, le prix d'utilisation ramené à 365 cycles). Ainsi, le prix à l'usage du produit durable devient plus abordable voire avantageux pour le consommateur qui devient plus enclin à l'acheter. Au-delà des travaux sur l'impact d'un affichage de la durée de vie des produits sur l'acte d'achat [de Valérie Swaen de l'université de Louvain](#), une étude plus poussée des impacts sur le consommateur d'un affichage de la durabilité des produits est à mener.

Par ailleurs, le Comité Économique et Social Européen a décidé de réaliser une étude visant à évaluer l'influence de l'affichage de la durée de vie des produits sur l'acte d'achat des consommateurs <http://sircome.com/ilic-study>.

De plus, contrairement à la sensibilité écologique, l'argument financier est très souvent le moteur décisionnel du consommateur. Ainsi, les répercussions de l'affichage d'une durée de vie d'un produit pourraient être beaucoup plus grandes que celles d'une indication environnementale. Certains vont même plus loin en proposant d'afficher directement le coût d'usage du produit : un meuble conçu pour durer 5 ans et vendu 100€ coûterait en réalité 20€ par an. De plus, les éventuels besoins en eau, électricité, ou autres consommables peuvent aussi être pris en compte dans ce prix d'usage.

Cependant, si l'influence d'une telle mesure sur le consommateur pourrait être considérable, la mise en œuvre d'un tel coût à l'usage risque d'être assez compliquée. Par exemple, comment connaître le prix de vente du produit au moment de l'impression de son emballage ?

Quel(s) affichage(s) privilégier : l'impact environnemental, la durée de vie, les deux ?...

Parmi les critiques formulées à l'encontre de ces deux types d'affichage figure le fait qu'ils viendraient surcharger l'étiquette des produits, présentant déjà de nombreuses informations comme celles des consignes de tri. L'ajout de nouvelles données environnementales multiplierait les signaux envoyés et pourrait alors susciter de la confusion chez le consommateur. Cependant, vu le rôle essentiel du consommateur dans le modèle d'une consommation plus durable, il paraît essentiel de lui donner les informations nécessaires pour le guider dans ses choix. Il ne faut donc pas se résigner. De plus, il est aussi envisageable de n'indiquer qu'une partie de l'information sur le produit (une pastille de couleur par exemple), et de renvoyer le consommateur vers un site internet, pour les détails de calcul.

Ensuite se pose la question de devoir choisir entre l'un des deux affichages. Certains plaident pour l'affichage environnemental puisqu'il donne une indication multicritères et qu'il tient compte, indirectement, de la durée de vie. D'autres soutiennent l'affichage de la durabilité ou de la durée de vie, plus compréhensibles et orientant davantage le choix du consommateur. D'autres encore proposent un compromis consistant à n'en afficher qu'un seul : privilégier la durée de vie ou la durabilité pour les cas où les potentiels sont les plus grands, et l'environnemental dans les autres cas. Si tous ces raisonnements sont valables, vouloir défendre l'un des deux types d'affichages au détriment de l'autre ne semble pas pertinent puisque cela créerait de nouveaux freins au développement de l'un ou de l'autre.

Ainsi, il semble important de plaider pour un développement parallèle des deux types d'affichage, sans faire de l'un l'élément limitant de l'autre.

Même si l'estimation de la durée de vie n'est pas encore au point, cela ne doit pas entraver les travaux sur l'affichage environnemental. Dans ce cas, il faudra se contenter de prendre une valeur de durée de vie de référence, commune à tous les produits. Toute avancée dans l'une des deux directions est donc la bienvenue et doit être proposée dès que l'occasion se présente.

Par ailleurs, **l'intérêt des affichages réside dans la différenciation des produits**. Indiquer la masse de gaz à effet de serre liés à l'usage d'un produit peut être instructif. Mais il faut surtout montrer au consommateur lequel des produits engendre le moins d'émissions. Il en est de même pour la durée de vie : il n'y aurait que peu d'intérêts à afficher la même tranche de durée de vie à tous les modèles d'une même catégorie. Ainsi, indiquer que toutes les TV d'un magasin ont des chances de durer entre 7 et 10 ans n'a pas de réelle répercussion sur le consommateur. Cet exemple est un peu caricatural mais il vise à montrer **l'intérêt majeur d'un affichage n'est pas d'ordre absolu mais bien d'ordre relatif**.

Faire preuve de pédagogie vis-à-vis du consommateur

En pratique, il importe de prendre des précautions en choisissant la forme de l'affichage de la durée de vie d'un produit. **Ainsi, afficher la valeur normative, sous la forme numérique « Durée de vie en utilisation normale : 500 cycles », doit être accompagné de pédagogie auprès du consommateur.**

D'une part, cette valeur ne reflète pas forcément les conditions d'utilisation du consommateur. C'est déjà le cas au sujet des émissions de CO₂ pour les véhicules : les valeurs indiquées ne correspondent pas à celles observées. Pour la durée de vie, c'est encore plus compliqué puisqu'il ne s'agit pas d'une grandeur directement mesurable comme le sont la puissance électrique ou les émissions de polluants. Il faut soit une longue période de recul, soit un vieillissement accéléré du produit pour pouvoir donner une valeur. **En plus, rappelons qu'au contraire de la durabilité, la durée de vie normative ne tient pas compte de la disponibilité de pièces détachées et ne reflèterait donc pas forcément la réalité en termes de durée de fonctionnement.** La durée normative permet juste de comparer à l'achat deux produits entre eux. Il faut également éviter que cette durée de vie normative ne soit exprimée en nombre d'années mais plutôt en nombre d'heures de fonctionnement ou nombre de cycles. Les consommateurs pourraient la confondre avec les notions de garantie légale ou de garantie constructeur (exprimées elles aussi en nombre d'années), et ainsi se sentir frustrés si leur produit tombe en panne avant la durée indiquée.

D'autre part, il ne faudrait pas que le consommateur comprenne, qu'après la durée indiquée, son produit est obsolète. Lors de l'apparition d'une panne aux alentours de la fin de vie annoncée, il ne serait pas forcément encouragé à se tourner vers la réparation. Dans ce cas, la mesure serait même contreproductive.

Il s'agit donc de communiquer de manière pédagogique en direction du consommateur. Très concrètement, cela pourrait prendre la forme d'une petite documentation, à l'intérieur des emballages des produits concernés. Ce nouvel affichage serait présenté et la réparation, le réemploi, la réutilisation et le recyclage seraient encouragés.

D'autres modes d'affichage possibles

Le paragraphe précédent le montre : **la crédibilité d'un affichage normatif de durée de vie, sous forme de nombre d'année pourrait très rapidement être remise en cause de la part des consommateurs.** Ils pourraient se sentir frustrés dès lors que l'un de leurs produits n'atteint pas la durée de vie indiquée.

Face aux difficultés et aux risques présentés ci-dessus, **un affichage basé sur une notation avec des lettres (A pour les meilleurs, F pour les moins bons) ou sur un code couleurs pourrait être intéressant.** S'appuyant sur le code couleur de valeur nutritionnel, il permettrait de donner, sans confusion, un jugement de valeur.

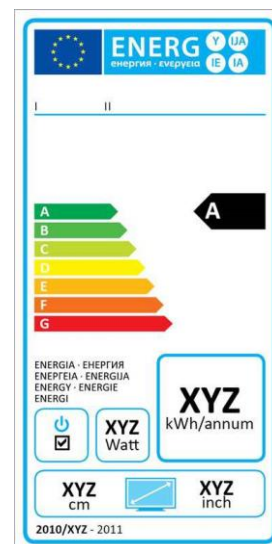
Alors, au-delà de la durée de vie normative, cet affichage pourrait exprimer la durabilité à travers des critères de disponibilité des pièces détachées, de réparabilité et en tenant compte de l'aspect évolutif des produits. Cela fournirait une image plus fidèle de la longévité effective du produit.

Pour la mise en place de cet affichage, il sera nécessaire de travailler avec l'ensemble des parties prenantes sur l'élaboration de méthodes et de critères. Cependant il conviendrait d'impliquer les fabricants dans la construction des [labels et étiquettes](#).

L'exemple de l'étiquette-énergie

Au cours du développement des affichages environnementaux, de durée de vie ou de durabilité, **il paraît pertinent de tenir compte des retours d'expérience des autres types d'affichages, tels que celui sur les apports nutritionnels ou bien l'étiquette-énergie.**

Les produits d'électroménager tels que les réfrigérateurs, les lave-linge ou encore certaines ampoules sont déjà soumis à un affichage énergétique : l'étiquette-énergie. Pour cette catégorie de produits, il n'est pas prévu de superposer un affichage environnemental qui pourrait susciter une confusion chez le consommateur. En revanche l'affichage énergétique existant pourrait vraisemblablement s'élargir et englober d'autres critères tels que la consommation d'eau ou de produits de nettoyage. Les critères d'attribution des scores énergétiques sont révisés régulièrement, en tenant compte du progrès technique, afin d'inciter les fabricants à faire toujours plus d'effort.



Force est de constater que cette mesure d'étiquette énergie a réussi à susciter une concurrence positive entre les fabricants qui ont tous cherché à réduire significativement la consommation de leurs appareils. Cet exemple permet de rappeler que l'autorégulation du marché, caractérisée par la mise en concurrence des acteurs, s'avère souvent efficace en matière environnementale.

Le fait qu'une partie de l'industrie de l'électroménager reste localisée en Europe peut aussi être attribué à cette mesure, qui a forcé les entreprises à innover pour réduire les consommations de leurs appareils et ainsi soigner leur image vis-à-vis du consommateur.

Aujourd'hui, une grande partie des modèles est classée A, A+, A++ ou A+++. **Pour stimuler de nouveaux efforts dans la réduction de consommation, la Commission Européenne propose que soit remis en place un classement de G à A, en durcissant les critères de performance.**

Quelques remarques sur la mise en place de l'affichage

Un tel projet d'affichage commence souvent par des phases de démarches volontaires, avant d'être rendu obligatoire. Au sujet de l'affichage de la durée de vie tout comme de l'impact environnemental, il est difficile de trouver des fabricants volontaires. Souvent, leur argument est que la mesure doit s'établir de manière obligatoire, à un niveau européen. Le passage rapide vers une obligation d'affichage, avec des règles communes, est donc souhaitable.

Toute mesure à l'échelle européenne s'appuiera sur des travaux d'essais à l'échelle nationale. Si la France n'engage rien par elle-même, elle pourrait se voir imposer, in fine, des consignes pouvant la défavoriser au profit d'autres pays.

5.2.2. Développer l'Écolabel Européen

L'Écolabel Européen existe depuis 1992. Il s'agit d'un outil d'éco-conception des produits qui permet de valoriser les produits dont la fabrication et l'utilisation limite leurs impacts environnementaux sur tout leur cycle de vie notamment via un allongement de la durée de vie des produits (cas des PC et notebook). Cette initiative qui vise en outre à informer le consommateur s'inscrit dans le cadre d'une consommation plus durable. Le critère durée de vie est pour le moment peu pris en compte dans d'écolabel européen faute de méthode harmonisée de calcul. Le label environnemental allemand «Blue Angel» prend notamment en compte la durée de vie des produits qu'il certifie.



De manière générale, il est souhaitable de soutenir les entreprises qui effectuent des démarches de conception durable et l'écolabel européen est le seul écolabel public soutenu par les pouvoirs publics en France. Enfin, élargir les secteurs et familles de produits couverts par l'écolabel européen, même s'il couvre plus de 35 catégories de produits et services, serait aussi une bonne chose.

5.2.3. Mieux fournir les consignes d'utilisation au consommateur

Un bon entretien des produits permet d'allonger leur durée de vie. Une partie non négligeable des pannes pourrait ainsi être évitée avec davantage d'entretien et un usage en « conditions normales d'utilisation ». Sans vouloir systématiquement pointer du doigt le consommateur, il semble pertinent de le responsabiliser davantage, en lui rappelant qu'il peut, de manière très simple, faire durer ses produits plus longtemps. Cela pourrait passer par des campagnes de sensibilisation auprès du grand public, mais aussi à travers des conseils d'entretiens et de nettoyage, fournis sous forme d'une fiche dans l'emballage du produit.

Sur ce point, il convient aussi de mentionner que les notices d'utilisation actuelles des produits ou les conseils délivrés directement par les appareils vont parfois trop loin : à titre d'exemple, prescrire à l'utilisateur de retirer la poussière des fentes de son ordinateur avec l'aspirateur est une bonne chose, mais le recommander de le faire avant chaque utilisation s'avère exagéré. **Ainsi, des fiches d'entretien à la fois claires, simples et accessibles (à afficher sur le produit par exemple) pourraient guider le consommateur.**

Par ailleurs, et au-delà des objets connectés, davantage d'échanges d'information du produit vers son utilisateur pourraient permettre un meilleur entretien des objets, et donc un accroissement de leur durée de vie. Par exemple, un système de comptage des cycles d'utilisation d'une cafetière pourrait informer l'utilisateur de la nécessité d'effectuer un détartrage de la machine au bout d'un certain seuil. De même, sur les machines à laver, un système pourrait rappeler qu'il faut effectuer régulièrement un cycle chaud pour les désinfecter. Le principe sous-jacent existe d'ores et déjà sur des produits comme les lave-vaisselle, où une diode indique lorsque le réservoir en produit de rinçage est presque vide.

5.2.4. Généraliser l'éco-modulation

Le Code de l'environnement ([article L541-10](#)), en application du principe de responsabilité élargie du producteur (REP), prévoit que les producteurs, importateurs et distributeurs assurent ou contribuent à la collecte et au traitement des déchets issus de leurs produits. Ils peuvent assurer cette mission en adhérant à un éco-organisme et en le rémunérant à travers **l'éco-contribution**.

Un mécanisme de modulation de ces éco-contributions, établi sur des critères environnementaux plus larges que la fin de vie (conception durable, recyclabilité, etc.) est aujourd'hui prévu dans le cahier des charges imposé aux éco-organismes : la contribution des fabricants aux éco-organismes est plus ou moins élevée suivant la durabilité et la recyclabilité des produits qu'ils mettent sur le marché.

Par exemple, depuis le 1^{er} juillet 2015, les fabricants de réfrigérateurs et congélateurs qui ne mettent pas à disposition des réparateurs habilités électriquement une documentation technique auront une contribution financière 20% plus élevée à verser. Au contraire, les fabricants de lave-linges qui mettront à disposition des pièces indispensables à l'utilisation de l'équipement pendant onze ans verseront une contribution financière 20% moins élevée que les autres²⁴.

L'article 88 de la loi de transition énergétique pour la croissance verte rappelle ce principe en modifiant l'article L. 541-10 du code de l'environnement : les contributions financières définie par les éco-organismes en concertation avec les parties prenantes doivent être « *modulées en fonction de critères environnementaux liés à la conception, à la durée de vie et à la fin de vie du produit, et n'entraînant pas de transfert de pollution vers une autre étape du cycle de vie du produit.* »

La modulation des éco-contributions va ainsi se généraliser et s'intensifier pour pousser les fabricants à proposer des produits plus durables.

Toutes ces mesures visent à « **internaliser les externalités négatives** », c'est-à-dire à intégrer le plus possible les coûts environnementaux dans le prix du produit. Elles se doivent néanmoins de rester incitatives sans être trop pénalisantes. Car, au-delà de rétribuer les entreprises qui font des efforts, **il s'agit de permettre à toutes les entreprises d'évoluer spontanément vers de nouveaux modèles économiques plus durables.**

5.2.5. Accroître le rôle des éco-organismes à l'ensemble du cycle de vie des produits

Le rôle actuel des éco-organismes pourrait être maintenant élargi à l'ensemble du cycle de vie des produits, et non plus seulement à leur fin de vie.

²⁴ Cahier des charges de la filière des déchets d'équipements électriques et électroniques pour la période 2015-2020

A travers leurs compétences techniques, les éco organismes pourraient incarner à terme, le volet environnemental des fédérations de professionnels.

Pour l'ADEME, il s'agirait de continuer à accompagner²⁵ les entreprises, mais aussi les éco organismes. Des études montrant dans quelle mesure il est profitable et viable de se tourner vers ces nouveaux choix économiques sont actuellement en cours de lancement à l'ADEME.

Les entreprises et notamment les PME fondent souvent leurs choix selon les conseils et retours d'expérience de leurs clients, fournisseurs et concurrents. Il faut donc les encourager à communiquer entre elles sur les thématiques environnementales, et dans le cas présent sur l'allongement de la durabilité des produits.

Néanmoins, il est à noter que les autres pays européens ne possèdent pas forcément de filières REP comme c'est le cas en France. Un élargissement direct de ces propositions, à l'échelle européenne, semble par conséquent difficile.

5.2.6. Un niveau de qualité minimum pour pouvoir entrer sur le marché

Le niveau de garantie de conformité à deux ans n'empêchera pas certains produits de sous-qualité de rentrer sur le marché. En effet, cette garantie ne couvre pas les pannes liées à l'usure des pièces.

Un seuil minimum de longévité, basé sur l'évaluation de la durée normative, pourrait limiter l'entrée sur le marché de produits trop peu durables.

Concrètement dans chaque secteur, les produits devraient remplir un certain nombre de critères de durabilité (résistance, démontabilité, réparabilité...) définis par un cadre réglementaire.

Une fois cette sélection réalisée, les produits pourraient être différenciés à travers un affichage de leurs impacts environnementaux, et plus forcément de leur durée de vie ou de leur durabilité. Ce système permettrait de se prémunir des exemples de produits mis en avant pour leur durabilité, malgré un mauvais bilan environnemental.

5.2.7. Des actions de la part des associations de consommateurs ?

Actuellement, dans leurs tests comparatifs de produits, les associations de consommateurs de type 60 Millions de Consommateurs, les Numériques, UFC que choisir etc. fournissent principalement des informations sur la performance des produits à l'état neuf. Ainsi, les critères de durée de vie, de robustesse, de possibilité de réparation, de durée de garantie etc. ainsi que l'évolution des performances de ces produits dans le temps, ne sont que très rarement pris en compte. De toute évidence, les tests de durée de vie comme le « vieillissement accéléré », où les objets sont soumis à de fortes contraintes d'utilisation, sont aujourd'hui chronophages et onéreux pour ces associations.

Néanmoins, il semble pertinent de soutenir les associations de consommateurs dans des démarches de prise en compte de la durabilité des produits testés, afin d'accroître l'information transmise au consommateur.

Concrètement, dans les comparatifs, cela reviendrait à présenter une nouvelle colonne « durabilité » pour laquelle les performances des produits seraient caractérisées qualitativement par des signes + et -.

De même, il serait intéressant de mener des études aux côtés de ces associations. Par exemple, comparer pour une catégorie de produits, les impacts environnementaux des modèles « bas de gamme » à ceux de plusieurs références « milieu de gamme » et « haut de gamme ».

²⁵ l'ADEME a participé à la création du site <http://www.eco-conception.fr/> qui accompagne les entreprises en écoconception en communiquant sur les retours d'expérience

5.2.8. Étendre la durée légale de garantie

Une demande récurrente est **d'augmenter la durée de garantie légale de conformité afin d'allonger la durée de vie des produits**. Aujourd'hui, la durée légale est de 2 ans sur bon nombre de produits dans l'Union Européenne.

Certaines ONG demandent un rallongement de cette durée de garantie à 10 ans. Cela donnerait un signal fort aux fabricants et les inciterait à concevoir des produits plus robustes.

Avant d'atteindre 10 ans, une première étape consisterait d'abord en un allongement de garantie à 3, 4 ou 5 ans en raison des bouleversements induits dans le secteur. La charge de la preuve serait aussi à déterminer : une possibilité serait de la laisser au fabricant sur la durée de 0 à 2 ans, puis au consommateur pour le reste de la garantie.

Il convient tout d'abord de rappeler que cette garantie ne couvre pas les pannes liées à l'usure ni à une mauvaise utilisation des produits. Sur un produit, cela ne concernerait donc pas les pièces susceptibles de s'user. Ainsi, bien que le consommateur semble protégé, cela ne devrait pas l'inciter à être plus négligent qu'aujourd'hui. Néanmoins, les risques liés à la mutualisation des coûts de réparation entre les utilisateurs occasionnels et réguliers pourraient s'accroître. Ainsi, sans regarder les pièces d'usure, la probabilité de pannes à long terme augmente avec le nombre d'utilisations : Il y aurait donc un partage des coûts de la partie de garantie de 2 à 5 ans, entre tous les utilisateurs, pour couvrir les frais de réparation des utilisateurs les plus intensifs.

Par ailleurs, il apparaît que **ce genre de mesures ne pourrait raisonnablement s'appliquer qu'au cas par cas sur des produits pour lesquels au moins une des pièces est censée durer 5 ans**. Il est même légitime de questionner la pertinence d'une telle mesure pour des produits dont la technologie évolue encore rapidement.

Une telle mesure devrait relancer les produits « haut de gamme », sur lesquels la France est nettement plus compétitive que sur le « bas de gamme ». Les conséquences sur l'emploi devraient donc être positives, à condition que cela s'applique à l'échelle de l'UE. Par contre, en termes d'innovation, les fabricants pourraient être réticents à lancer de nouvelles gammes tant qu'ils ignorent la qualité définitive de leurs produits.

Pour le consommateur, certains y voient une augmentation généralisée de prix. En effet, il faudrait soit payer la qualité accrue des produits, soit payer par avance les réparations. Là-dessus, le surcoût de la garantie pourrait être compensé pour le consommateur par la suppression des coûts actuels de réparation entre 2 et 4 ans. De même, en gardant leurs produits plus longtemps, les consommateurs verraient la fréquence et donc leurs coûts de renouvellement diminuer. En revanche, il faut reconnaître qu'aujourd'hui, certains consommateurs préfèrent souscrire des extensions de garantie et d'autres préfèrent s'assurer. Avec cette réforme, tout le monde devra s'assurer.

Pour les distributeurs, qui réalisent aujourd'hui une grande partie de leurs profits sur la vente d'extensions de garanties, leur modèle économique pourrait en être affecté : les consommateurs n'achèteraient pas forcément une extension à 7 ans voire 10 ans. Néanmoins, les consommateurs devraient être plus enclins à rapporter leurs appareils en panne chez le distributeur qui verrait ses activités de SAV augmenter. De nouvelles offres tournées vers l'économie de fonctionnalité pourraient également représenter un relais de croissance. Enfin, le développement de crédits à la consommation pour permettre l'acquisition de produits plus durables est aussi envisageable.

Si les prix d'achat augmentaient de manière significative, il s'agirait de permettre aux foyers les plus modestes de pouvoir emprunter facilement les liquidités qui leur manquent, sans pour autant les pousser vers le surendettement.

De façon plus large sur les garanties, il faut être vigilant aux modalités s'appliquant pour dédommager le consommateur : il s'agit de lutter contre le remplacement très fréquent des produits défectueux par des produits neufs, et chercher à valoriser la réparation.

La Commission européenne va donc étudier l'impact économique d'un passage de la garantie à 5 ans et le groupe de travail du programme national de prévention des déchets doit également travailler sur ce sujet. D'autres travaux sont aussi prévus en ce qui concerne les modulations d'éco contributions pour les fabricants offrant de longues garanties « fabricant ».

5.2.9. Une garantie partielle, à moindre coût

Il s'agirait d'alléger les coûts de réparation pour les particuliers, en créant des modulations de garantie. Ainsi, au-delà des deux années couvertes par la garantie légale, les produits seraient couverts durant une période, disons trois années supplémentaires, par une garantie partielle.

En cas de défaut de cette garantie et en ayant respecté les conditions normales d'utilisation, **le consommateur verrait son produit réparé en échange d'un paiement réduit** : un pourcentage du montant total, ou uniquement les pièces détachées, ou uniquement la main d'œuvre etc. Les modalités (caractère obligatoire ou extension de garantie, durée de validité, répartition des frais de réparation...) restent bien sûr à définir. Ce système permettrait d'encourager le développement des filières de réparation.

5.2.10. Un taux réduit sur les crédits à la consommation de produits durables

L'idée serait de se baser sur le modèle de « l'éco-prêt à Taux Zéro » qui permet, sous conditions, de bénéficier d'un prêt à taux zéro de 30 000 euros maximum pour financer des travaux dits « d'éco-rénovation ». Ce prêt pour les produits « durables » réduirait les contraintes financières de court terme qui empêchent aujourd'hui certains consommateurs de s'équiper de produits robustes et onéreux. Bien entendu, il s'agirait de définir les critères pour qualifier un produit de « durable » (pour ne pas tomber dans le favoritisme). Ceux-ci incluraient probablement des notions de durées de vie, de réparabilité, ainsi que des engagements d'actions de la part des entreprises etc.

Par ailleurs, ce type de mesure doit être mûrement réfléchi pour éviter de pousser à la consommation ou de plonger certains ménages dans des spirales de surendettement. Il s'agit aussi de déterminer comment ce genre de possibilité se positionne vis-à-vis des offres de paiement du type « trois fois sans frais » des distributeurs. De même, la question du financement de cette mesure est à considérer.

5.2.11. Soutenir les activités de la réparation

Afin d'établir et de corriger les plans d'action dans le domaine de la réparation, il semble nécessaire de recevoir davantage de retours d'information. Un système de transmissions de données où les réparateurs (agréés ou non) feraient remonter des fiches indiquant le type de panne, les caractéristiques du produit (marque, modèle...) auprès d'une agence pourrait voir le jour. Par ailleurs, ce système permettrait aussi de distinguer les marques les plus réparées et les plus réparables, des autres, et ainsi de juger leurs efforts en matière d'éco conception.

A cela s'ajoutent, selon les acteurs, quelques mesures visant à soutenir les activités de la réparation.

Pour les acteurs professionnels

- **Développer les cursus de formations** sur les techniques de réparation et les rendre plus attractives auprès des entrepreneurs et des jeunes apprentis ;
- **Aider les réparateurs indépendants à se structurer** grâce à l'aide des réseaux (par exemple le réseau STAR dans le secteur de l'électroménager) ;
- **Lutter contre les prestations non déclarées** de réparation, qui favorisent l'emploi de contrefaçons au détriment des réparateurs « honnêtes », notamment dans le secteur de la téléphonie.

Pour les fabricants

- **Accroître l'implication des fabricants** dans les circuits de réparation et la mise à disposition des pièces détachées et documents techniques, etc ;
- **Continuer à promouvoir la conception durable** des produits afin qu'ils soient davantage démontables et réparables.

Pour les particuliers

- **Améliorer le référencement des réparateurs** afin de faciliter leur identification par les consommateurs. De plus il paraît essentiel de gagner en transparence à travers une plus ample **communication des coûts de la réparation** au consommateur ;
- **Continuer à promouvoir les services de proximité** en organisant des événements pour sensibiliser les particuliers. Il s'agit d'inculquer les pratiques de la réparation et du réemploi aux consommateurs.

5.2.12. Promouvoir l'économie de la fonctionnalité

L'économie de la fonctionnalité consiste à fournir des solutions combinant des biens et des services, centrées sur l'usage et la performance, sans transfert de droit de propriété. Ces solutions doivent permettre une moindre consommation des ressources, un accroissement du bien-être des personnes et un développement économique dans une perspective d'économie circulaire.

Dans le modèle de l'économie de la fonctionnalité, l'entreprise ne vend pas des biens mais une performance d'usage. Les biens matériels, qui traditionnellement étaient vendus, deviennent des immobilisations corporelles de l'entreprise et les supports physiques des services vendus. L'entreprise en conserve les droits de propriété. Elle a donc tout intérêt à optimiser leur usage : adéquation au besoin, adaptation à l'utilisateur, allongement de leur durée de vie, maintenance améliorée, reconditionnement de composants, refabrication des produits et recyclage des matières. Ce principe de gestion en boucle se distingue d'une gestion linéaire des ressources et requiert des potentiels d'innovation technologiques et organisationnels de la part des entreprises. L'allongement de la durée de vie des biens permet de réduire leurs impacts environnementaux sur leur cycle de vie, tout du moins pour ceux dont les impacts se situent essentiellement lors de leur production et de leur fin de vie.

Les potentialités de réduction des impacts environnementaux de l'économie de la fonctionnalité ne sauraient se limiter à l'évolution du mode de gestion des biens et à leur allongement de leur durée de vie.

En économie de la fonctionnalité, la valeur transactionnelle n'est plus contenue dans un bien tangible mais dans la qualité de l'offre et la performance de l'usage. Les entreprises qui s'inscrivent dans ce nouveau modèle sont ainsi encouragées à développer une stratégie de différenciation de la concurrence plutôt par la qualité que par les prix. Ce modèle est différent des stratégies dominantes actuelles, dommageables à l'environnement, car fondées sur la standardisation des produits, des prix bas et la recherche par les entreprises de la croissance de leurs marges en valeur absolue par l'augmentation du volume de leurs ventes.

Le fournisseur du service s'adapte aux besoins spécifiques du client. La solution devient alors unique ce qui facilite la fidélisation des clients et n'encourage pas les bénéficiaires à consommer plus que de besoin.

Toutefois, comme pour toute démarche de rupture, le caractère systématique et général des bénéfices environnementaux liés à l'économie de la fonctionnalité, comparé à un modèle économique plus traditionnel, n'est pas encore suffisamment établi. Des évaluations environnementales sont à conduire pour évaluer le bien-fondé environnemental de ce nouveau modèle économique.

Notons par exemple l'initiative du groupe SEB d'une expérimentation débutée en septembre 2015 pour une durée de un an à Dijon, d'un service de location courte durée d'appareils culinaires en partenariat notamment avec les magasins Casino : Eurêcook (<https://eurecook.fr/>).

5.2.13. Soutenir la recherche et l'innovation pour augmenter la longévité

D'un point de vue technique, des innovations de rupture sur certaines technologies pourraient offrir des avancées considérables en matière d'allongement de durée de vie.

Ainsi, de larges progrès ont été réalisés dans le domaine des piles et des batteries, permettant d'accroître la durée de vie de certains objets.

Une étude sur les freins technologiques actuels, suivie d'un soutien à la recherche, pourraient permettre de lever certains verrous techniques qui limitent aujourd'hui la longévité de certains produits.

5.2.14. Quelques études à mener sur le sujet

- **Les catégories de produits** pour lesquels les gains potentiels liés à l'allongement de la durée de vie sont les plus grands.
- **Les smartphones** : proposer des plans d'actions spécifiques à cette catégorie d'objets à forts impacts environnementaux.
- **Les relations des consommateurs avec les filières de la réparation**. Il s'agirait d'expliquer pourquoi le consommateur cherche si peu à faire réparer ses produits.
- **La préférence des consommateurs pour certains produits, peu durables** et à faibles durées de vie.
- **L'influence de l'affichage de la durabilité des produits**, sur les actes d'achat du consommateur. Ces travaux pourraient de rapprocher de [ceux menés par Valérie Swaen à l'Université de Louvain](#). Il s'agirait notamment de comparer la sensibilité des consommateurs à l'affichage de notions comme la durée de vie ou de durabilité, par rapport à celle de l'affichage environnemental.
- **Les gains économiques** pour les particuliers qui feraient le choix d'investir dans des produits de qualité plutôt que de renouveler plusieurs fois des objets « bas de gamme ».
- **Les impacts économiques** et sociaux de l'allongement des durées de vie. En d'autres termes, dans quelle mesure est-ce bénéfique pour l'emploi et les entreprises.
- **Le devenir de la réparation** pour les équipements de la maison dans un environnement ultra connecté permettant notamment des diagnostics à distance
- **Les perspectives de développement** des Fab Labs et des imprimantes 3D et leur apport vis-à-vis de la réparation et de l'allongement de la durée de vie des objets.

5.2.15. Autres mesures envisageables

- Dans certains cas, le développement **d'emballages ou de produits consignés** peut être intéressant. Des études pilotes au cas par cas pourraient être menées sur ce sujet de la consigne.
- Faire en sorte que davantage de pièces détachées, de consommables ou de batteries, que les fabricants sont aujourd'hui tenus de mettre à disposition des consommateurs, le soient **de manière abordable**. En effet, vendre ces composants à prix élevé est dissuasif pour le consommateur qui préfère souvent racheter un produit neuf.
- **Continuer de promouvoir l'exemplarité publique** en ce qui concerne l'entretien, la réparation, le réemploi...
- Soutenir les syndicats de fabricants pour réaliser des études sur la connaissance de la durée de vie des produits et pour la mise en place d'actions permettant un allongement de cette durée de vie.
- Mettre en place un plan d'actions pour la formation des réparateurs
- Soutenir l'émergence de gammes de produits offrant des services de base et une grande longévité paraît difficile. Néanmoins, de tels **produits « basiques »** ne jouant pas ou peu sur le design s'intégreraient dans une consommation plus durable.

- **Elargir la directive éco conception** : Pour certains produits nécessitant de manière directe ou non de l'énergie, [la directive éco conception \(ErP\) 2009/125/EC](#) (remplaçant la directive EuP depuis Novembre 2009) impose aux fabricants de se soumettre à une certification. Ces derniers reçoivent alors le label CE qui leur permet de vendre leurs produits dans l'Union Européenne. L'ambition est, à l'avenir, de faire diminuer les impacts environnementaux des produits. Un élargissement de cette directive, ou une nouvelle directive, basée sur la longévité des produits, pourrait voir le jour.
- Soutenir des travaux du LNE sur la réalisation de normes pour un calcul des durées de vie

6. Annexes

6.1. QUELQUES AFFAIRES LIEES A L'OBSOLESCENCE PROGRAMMEE

Il existe de nombreux exemples emblématiques pouvant correspondre à de « l'obsolescence programmée », au sens de la loi. En voici listés quelques-uns dont la description est tirée mot pour mot du site internet <http://obsolescence-programmee.fr/>.

Les débats autour de l'obsolescence programmée reposent très souvent sur les mêmes exemples pas toujours avérés et ne relevant pas toujours de la définition stricte de la Loi.

iPhone, iPad & iPod d'Apple

La marque à la pomme s'est distinguée par une innovation de rupture et un renouvellement très important de ses produits depuis quelques années, pas moins de quatre versions d'iPad en 3 ans et six versions de l'iPhone en 5 ans. **Avec des batteries indémontables, l'impossibilité de mettre à jour le système d'exploitation entre les modèles et des accessoires qui changent à chaque génération**, Apple s'est souvent distingué par l'obsolescence très rapide de ses produits, à l'image de l'iPhone 5 sorti en septembre 2012...

Imprimantes

Les imprimantes sont emblématiques de l'obsolescence programmée. Certains de ces matériels auraient été équipés d'une puce qui bloque l'impression au-delà d'un certain nombre de feuilles imprimées. Les cartouches d'encre peuvent également indiquer un niveau d'encre incorrect pour amener l'utilisateur à jeter des cartouches contenant encore de l'encre malgré le fait que ces pratiques soient interdites en Europe.

Cartel de Phoebus et les lampes à incandescence

Phoebus était un cartel regroupant des fabricants tels que Philips, Osram et General Electric qui a tenté de contrôler la fabrication des lampes à incandescence entre 1924 et 1939 et est présenté à tort comme le premier exemple d'obsolescence programmée.

Ces constructeurs ont limités la durée de vie des ampoules à 1 000 heures alors que les premiers prototypes développés par les ingénieurs pouvaient durer des décennies, à l'instar de cette ampoule qui éclaire depuis 1901 une caserne de pompiers de Livermore aux Etats-Unis...

Ces fabricants de lampes ont été condamnés pour entente illicite sur les prix et non pas pour avoir sciemment réduit la durée de vie des ampoules, cette durée de vie étant un compromis entre durée de vie et efficacité énergétique. La durée de vie mais aussi l'efficacité énergétique d'une ampoule dépend de la taille du filament. On peut mettre sur le marché des ampoules ayant une durée de vie très longue mais qui ont une perte d'énergie très importante.

General Motors et l'obsolescence par la mode

Avec la Chevrolet, General Motors a réussi à détrôner dans les années 1920 la Ford T robuste et facile à réparer. Le constructeur américain avait fondé sa stratégie sur un renouvellement rapide de ses gammes aux couleurs, formes et accessoires différents. Grâce au pouvoir grandissant de la publicité, les consommateurs étaient incités à changer de voiture plus souvent en suivant les modes. General Motors a ainsi été l'initiateur de l'obsolescence par le design et l'esthétisme appliquée aux biens de consommation.

Bas nylon DuPont de Nemours

Dans les années 1940, le chimiste américaine DuPont met sur le marché les premiers bas nylons.

Produit qui rencontra un vif succès, mais dont la résistance limita la croissance des ventes. **L'entreprise décide donc de modifier la formule de son produit pour en réduire volontairement la résistance et ainsi en augmenter le taux de renouvellement.**

6.2. AUTRES MESURES ET EXEMPLES

Ici sont indiqués différents exemples internationaux d'initiatives ou de d'actions sur le sujet de la durée de vie des produits.

6.2.1. Topten

<http://www.ecotopten.de> référence, pour de nombreuses catégories de biens, les produits les plus efficaces selon leur consommation d'énergie, eau etc. Cela va des appareils d'électroménager aux produits textiles en passant par les meubles et les chaudières. Les critères retenus incluent les impacts environnementaux (consommation électrique, consommation d'eau, émission de GES sur le cycle de vie...) mais aussi des notions de santé, de qualité. Si cette initiative constitue un pas en avant vers une consommation plus durable et pousse les fabricants à la conception durable, la durée de vie des produits n'est que très rarement indiquée. De toute évidence, les informations présentées sont celles disponibles au grand public et Topten ne teste pas la durabilité des produits pour des raisons budgétaires. Cela confirme la nécessité de développer des méthodologies normées, de mesure de durées de vie.

<http://www.guidetopten.fr/> en est la déclinaison française du site suisse www.topten.ch.

6.2.2. Henri Ford luttait déjà contre la sur qualité²⁶

Dès les années 1910, Henry Ford avait eu une démarche des plus rationnelles sur la durée de vie de sa mythique et robuste Ford T. Peu après le lancement de son modèle phare, il chargea quelques employés de se rendre dans les décharges où étaient entreposés les premiers exemplaires tombés en panne. Leur mission consistait à **déterminer les origines des défaillances**. Si, très vite, aucune cause commune ne se distingua, ces observateurs remarquèrent que dans la majorité des cas, les moyeux (kingpin) ne présentaient pas de signe d'usure. **Henry Ford en conclut que ces pièces étaient surdimensionnées, et qu'il était préférable de diminuer leur niveau de qualité sur les nouveaux exemplaires**. Ainsi, pour une durée de vie inchangée, les coûts de production furent aussitôt réduits. Mais l'histoire ne dit pas si cette diminution fut répercutée sur le prix de vente...

En tous cas, cette anecdote montre, que bien qu'en cherchant à augmenter la durée de vie des objets, il faut donner à chaque composant le niveau de qualité optimal. En d'autres termes, surdimensionner une pièce peut représenter un contre-sens économique et environnemental.

6.2.3. La tentative suisse d'enrayer l'obsolescence programmée

En Suisse, les produits EEE sont aussi soumis à une écocontribution nommée « taxe anticipée du recyclage » (TAR). Ajoutée à une mentalité peut-être différente, elle permet à la Suisse d'être un des meilleurs élèves d'Europe en matière de recyclage des DEEE. **Pour aller encore plus loin, les Verts ont proposé en 2012 des mesures pour enrayer l'obsolescence programmée**. Finalement, le texte a été jugé trop vague et a fini par être rejeté par le conseil fédéral. Selon lui, les mesures qui visent purement et simplement à enrayer l'obsolescence programmée ne sont pas appropriées pour réduire l'empreinte écologique des produits dans le cadre d'une économie préservant les ressources.

6.2.4. Des défenseurs de l'obsolescence programmée en Europe

En Europe, certains libéraux se [prononcent](#) largement en faveur de l'obsolescence programmée pour soutenir la réparation, en insistant sur le fait que « plus les produits tombent en panne, et plus il faut les réparer ».

²⁶ <http://www.snopes.com/business/genius/fordpart.asp>

6.2.5. Un mouvement contre la sous qualité des produits en Allemagne

Sur le même modèle que leur slogan « Nucléaire, non merci » les Allemands ont créé un mouvement contre les produits de sous qualité. Outre le logo facilement repérable, des initiatives de REPAIR CAFE (initiative originaire des pays bas) ont vu le jour à Berlin.



6.3. ANNEXE SUR LES GARANTIES

6.3.1. La garantie légale des vices cachés

En vertu des articles 1641 et suivants du code civil, le vendeur est responsable des vices cachés du bien vendu. La garantie légale des vices cachés s'applique quel que soit le bien acheté (neuf ou d'occasion, en promotion ou en solde...) et quel que soit le vendeur (vendeur professionnel ou simple particulier).

Art. 1641. *Le vendeur est tenu de la garantie à raison des défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine, ou qui diminuent tellement cet usage, que l'acheteur ne l'aurait pas acquise, ou n'en aurait donné qu'un moindre prix, s'il les avait connus.*

L'action en garantie des vices cachés peut être intentée aussi bien contre le vendeur que contre le fabricant. Les tribunaux ont effectivement reconnu à l'acheteur le droit d'agir directement contre le fabricant.

L'acheteur y a droit, quel que soit le produit acheté, quel que soit le vendeur, même s'il n'y a pas de contrat écrit. La garantie légale couvre tous les frais entraînés par les vices cachés. **Le défaut doit être antérieur à la vente et rendre les produits impropres à l'usage auquel ils sont destinés. Un remboursement partiel ou total peut être obtenu, ou bien la résolution du contrat.**

L'action en garantie pour vices cachés doit être intentée dans les plus brefs délais, au maximum 2 ans, à compter de leur découverte.

Quatre conditions doivent être réunies pour bénéficier de cette garantie :

- le vice ou le défaut affectant le produit acheté est grave ; il empêche d'en faire un usage normal ou en diminue les propriétés attendues ;
- le vice ou le défaut doit être caché ; ce qui signifie qu'au moment de l'achat on ne pouvait pas le déceler aisément après les quelques vérifications élémentaires d'usage ;
- le vice ou le défaut existait avant l'achat même s'il s'est manifesté ultérieurement ; il ne doit pas être la conséquence d'une mauvaise utilisation du produit ;
- L'action en garantie doit être intentée dans un délai de deux ans à compter du jour de la découverte le vice ou défaut

6.3.2. La garantie légale de conformité

Définie par l'article L. 211-4 du code de la consommation, elle oblige le vendeur à remplacer ou réparer un bien, que celui-ci soit neuf ou d'occasion, s'il ne correspond pas à la description qui en a été faite, s'il est impropre à l'usage habituellement attendu, s'il ne correspond pas à l'usage recherché par l'acheteur et connu et accepté du vendeur, si le défaut est constaté dans les 2 ans suivant la date de délivrance de ce produit. Le consommateur bénéficie de cette garantie automatiquement pour tout bien acheté en France. Il n'a pas à en faire la demande pendant l'achat et le vendeur ne peut la refuser. L'action en garantie de conformité doit être intentée dans les deux ans à compter de la délivrance du bien.

Pendant les six premiers mois, le défaut constaté est supposé avoir existé au moment de la vente ; après cette période, il faut prouver que le défaut était antérieur à la vente. A partir du **18 mars 2016, le délai de 6 mois passera à 2 ans pour les produits neufs** (reste à une durée de 6 mois pour les biens d'occasion).

Cette nouvelle réglementation va pousser les distributeurs à proposer de facto une garantie commerciale de 2 ans pour l'ensemble des produits là où elle n'est que d'un an dans certains cas.

La garantie légale de conformité, à la différence de la garantie légale des vices cachés, ne concerne pas les vendeurs non professionnels. Seuls les vendeurs professionnels, y compris les personnes ayant opté pour le statut d'auto entrepreneur, sont tenus à cette garantie.

La garantie de conformité est issue du code de la consommation (Art. L. 211-1 à L. 212-1 du [Code de la consommation](#)) :

[Art. L. 211-4.](#) *Le vendeur est tenu de livrer un bien conforme au contrat et répond des défauts de conformité existant lors de la délivrance.*

Il répond également des défauts de conformité résultant de l'emballage, des instructions de montage ou de l'installation lorsque celle-ci a été mise à sa charge par le contrat ou a été réalisée sous sa responsabilité.

[Art. L. 211-7.](#) *Les défauts de conformité qui apparaissent dans un délai de six mois à partir de la délivrance du bien sont présumés exister au moment de la délivrance, sauf preuve contraire. Le vendeur peut combattre cette présomption si celle-ci n'est pas compatible avec la nature du bien ou le défaut de conformité invoqué.*

Le 18 mars 2016 ce délai de 6 mois passera à 24 mois. Pour les biens vendus d'occasion, la durée mentionnée au premier alinéa du présent article sera ramenée à 6 mois.

[Art. L. 211-9.](#) *En cas de défaut de conformité, l'acheteur choisit entre la réparation et le remplacement du bien. Toutefois, le vendeur peut ne pas procéder selon le choix de l'acheteur si ce choix entraîne un coût manifestement disproportionné au regard de l'autre modalité, compte tenu de la valeur du bien ou de l'importance du défaut. Il est alors tenu de procéder, sauf impossibilité, selon la modalité non choisie par l'acheteur.*

[Art. L. 211-10.](#) *Si la réparation et le remplacement du bien sont impossibles, l'acheteur peut rendre le bien et se faire restituer le prix ou garder le bien et se faire rendre une partie du prix.*

Le produit est considéré comme non conforme :

- s'il ne correspond pas :
 - à l'usage qui peut en être habituellement attendu ;
 - à la description donnée par le vendeur ;
- s'il ne possède pas les qualités annoncées par le vendeur ou par publicité ou étiquetage
- s'il ne présente pas les qualités recherchées, connues du vendeur et acceptées par lui.

L'action en garantie de conformité doit être intentée dans les deux ans à compter de la délivrance du produit.

La mise en œuvre de la garantie légale de conformité du Code de la consommation ne fait pas obstacle à l'action en garantie des vices cachés et de délivrance conforme du Code civil.

6.3.3. La garantie commerciale

À la différence des garanties légales, la garantie contractuelle, commerciale ou conventionnelle est facultative. Le vendeur peut en effet décider d'offrir ou non une telle garantie. C'est donc une garantie «supplémentaire» par rapport aux garanties légales et elle ne s'y substitue pas. Le vendeur qui la propose reste tenu de se conformer aux dispositions régissant les garanties légales, et il doit en informer le consommateur.

En vertu de la garantie commerciale, le professionnel s'engage à réparer l'appareil en cas de panne pendant la période couverte par la garantie. Parfois, il propose également de le remplacer ou de mettre un bien de remplacement à la disposition de l'acheteur pendant la période d'immobilisation du bien pour réparation (par exemple, un «véhicule de courtoisie»), mais ce n'est pas obligatoire.

Le vendeur définit librement la durée (de six mois à un ou deux ans en général) et le contenu de cette garantie. Elle peut ne couvrir que les pièces et non la main-d'œuvre. Elle peut couvrir uniquement certaines parties de l'appareil et laisser à votre charge les frais de déplacement et de transport.

La garantie est offerte, ou plutôt incluse dans le prix d'achat. Toutefois, le vendeur peut vous proposer une garantie payante appelée « extension de garantie », ou une garantie « échange à neuf ». La garantie légale de conformité étendue à 2 ans pour le consommateur va pousser les distributeurs à proposer de facto une garantie commerciale de 2 ans pour l'ensemble des produits là où elle n'est que d'un an ou 6 mois dans certain cas.

La garantie commerciale est la garantie majoritairement utilisée par les consommateurs.

6.3.4. La garantie constructeur

Le plus souvent, la garantie commerciale est proposée par le vendeur du bien, qui en fait d'ailleurs un argument commercial – notamment lorsque sa durée est significative.

Il arrive également que le fabricant accorde une garantie pour son produit. Cette garantie, généralement appelée « garantie constructeur » ou « garantie fabricant », est tout aussi facultative.

Cette garantie révèle tout son intérêt lorsqu'aucune garantie commerciale n'est proposée par le vendeur ou lorsque celle-ci est limitée dans son contenu.

Cette garantie va généralement de 6 mois à 2 ans mais certains constructeurs proposent des garanties de 5 à 10 ans : <http://www.garantie5ans.com/>

Le consommateur devra retourner l'appareil au fabricant et non pas au vendeur.

L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Elle met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale. L'Agence aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Environnement, de l'Énergie, et de la Mer, du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.



ADEME
20, avenue du Grésillé
BP 90406 | 49004 Angers Cedex 01

www.ademe.fr