



## Rapport du groupe de travail du Conseil national de la consommation relatif à la durabilité des produits

N° NOR : EINC1511472P

### 1 – RAPPEL DU CONTEXTE

Au cours de l'examen par le Parlement du projet de loi relatif à la consommation (loi n° 2014-344 du 17 mars 2014), la question de la durabilité des produits a donné lieu à de nombreux débats. Diverses mesures susceptibles de favoriser l'allongement de la durée de vie des produits ont été retenues : l'allongement à deux ans du délai de présomption d'antériorité du défaut de conformité pour la mise en œuvre de la garantie légale de conformité, le renforcement de l'information sur la durée de disponibilité des pièces détachées et l'obligation pour le fournisseur de respecter le délai indiqué.

De nombreux travaux sont par ailleurs menés à l'échelle internationale et européenne sur la durabilité des produits, y compris de niveau normatif, notamment dans le cadre de l'évolution des textes sur l'écoconception.

Les enjeux liés à l'allongement de la durée de vie des produits sont tout à la fois de préserver l'environnement, de soutenir le progrès économique et social et d'offrir aux consommateurs, dans des conditions acceptables, l'opportunité d'infléchir davantage leur comportement vers une consommation responsable.

De façon générale, la production et la commercialisation des produits manufacturés ont des impacts environnementaux, via l'utilisation des ressources, les émissions de gaz à effet de serre ou encore la pollution liée aux rejets de substances toxiques, notamment en fin de vie des produits. L'allongement de la durée de vie des appareils (notion restant à définir) peut contribuer dans un certain nombre de cas à réduire ces impacts environnementaux.

Agir sur la durée de vie des produits est aussi susceptible d'avoir des effets sur le modèle économique des entreprises et leur positionnement sur le marché, avec des effets potentiels en termes de compétitivité, de coûts et d'emploi. La réflexion sur la durabilité des produits peut également susciter des démarches innovantes et engendrer des opportunités de croissance.

Le seul fait d'offrir aux consommateurs des produits plus durables ne suffit pas à infléchir les comportements vers une consommation plus responsable au regard d'un objectif d'économie durable. Toute évolution dans ce domaine doit se faire en répondant aux besoins des consommateurs tant en termes de prix que d'usage et d'innovation. Il convient que l'offre soit visible, économiquement accessible et attractive. Il est à noter que dans le 7ème programme d'action général de l'Union pour l'environnement à l'horizon 2020, il est préconisé de « Stimuler la demande des consommateurs en produits et services durables du point de vue environnemental grâce à des politiques qui promeuvent leur disponibilité, l'accessibilité de leurs tarifs, leur fonctionnalité et leur attractivité. ».

C'est dans ce contexte et autour de ces axes de réflexion que le CNC a été amené à travailler.

## 2 - MANDAT ET DEROULEMENT DES TRAVAUX

Le Conseil national de la consommation a adopté, lors de la réunion de son Bureau du 11 juin 2014, un mandat portant création d'un groupe de travail relatif à la durabilité des produits.

La présidence de ce groupe de travail a été confiée à M. Axel Thonier, Mme Geneviève Cavazzi, adjointe au chef de Bureau 5A « Produits industriels » en étant co-présidente.

Ont été désignés comme rapporteurs :

- pour le collège des consommateurs : M. Patrick MERCIER, de l'Association de Défense, d'Éducation et d'Information du Consommateur (ADEIC) ;
- pour le collège des professionnels, co-rapporteurs: M. Gilles ROUVIERE (MEDEF), de la Fédération des industries électriques, électroniques et de communication (FIEEC) et Mme Hortense BRUNIER, du Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménager (GIFAM).

### 2.1 Les objectifs

Les objectifs de ce groupe de travail étaient les suivants :

- recenser les études et initiatives françaises, européennes et internationales relatives à la durabilité, à la durée de vie et à la réparabilité des produits ;
- se pencher sur les impacts que le développement de cette offre plus durable peut avoir et notamment sur la façon dont les professionnels (fabricants, distributeurs, réparateurs) appréhendent ce sujet en particulier dans leur relation avec les consommateurs (effets sur les prix, les garanties légales et commerciales, développement de l'information, services après-vente, mise à disposition des pièces de rechange...), formation des vendeurs sur la réglementation existante ;
- identifier d'une part les attentes des consommateurs en ce qui concerne la durabilité des produits, notamment en termes d'information sur la durée d'usage et de réparabilité, ainsi que leurs comportements (lors de l'achat, de l'utilisation, de la réparation et de la fin de vie des produits) et d'autre part les contraintes spécifiques et conséquences économiques pour les entreprises ;
- formuler le cas échéant des propositions prenant en compte l'ensemble des enjeux recensés.

### 2.2 Le déroulement des travaux

Le groupe s'est réuni à 5 reprises entre novembre 2014 et avril 2015. Il a été procédé à des auditions d'experts et de professionnels. Des représentants de la DGCCRF et du MEDDE (DGPR) ont procédé à des présentations.

Des représentants du Ministère de l'Écologie, du développement durable et de l'énergie (MEDDE) ont participé aux travaux du groupe afin d'assurer une interface avec l'« Atelier durabilité des produits » piloté par ce ministère dans le cadre du programme national de prévention des déchets et chargé notamment d'une réflexion sur la problématique de l'obsolescence programmée, aux fins d'élaborer le rapport que le Gouvernement doit remettre au parlement sur ce sujet (article 8 II de la loi n°2014-344 du 17 mars 2014).

### 2.3 Thèmes de travail et présentations

RÉUNIONS	THÈMES et PRESENTATIONS
5 novembre 2014	<ul style="list-style-type: none"><li>-Présentation du mandat, cadrage</li><li>-Présentation de l'« Atelier durabilité des produits » par Mme Pourchot, chargée de la prévention des déchets, à la Direction générale de la prévention des risques (DGPR), au Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie</li></ul>

	<p><b>- Présentation d'études sur la problématique de l'obsolescence des produits :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Présentation de l'« étude sur la durée de vie des équipements électriques et électroniques », réalisée pour le compte de l'ADEME par BIO Intelligence Service S.A.S. en juillet 2012, et des travaux menés sur l'impact écologique lié à l'obsolescence des produits et les enjeux économiques (M. Fangeat ADEME)</li> <li>○ Présentation de l'étude de l'ADEME « Obsolescence des produits : l'impact écologique », septembre 2014 (MM. Vidalenc et Meunier, Service économie et prospective de l'ADEME).</li> </ul>
<b>3 décembre 2014</b>	<p><b>Attentes et comportement des consommateurs : présentation de plusieurs études</b></p> <p>-Quelques exemples de problèmes rencontrés par des consommateurs (DGCCRF);</p> <p>-Revue des études sur les critères déterminant l'acte d'achat des consommateurs (DGCCRF) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Présentation des études du CREDOC « Les français avancent à grand pas sur la longue route écologique » (2010) et « L'évolution du comportement des français face au développement de l'économie circulaire » (2014) (M. Régis Bigot CREDOC) ;</li> <li>○ Présentation d'une étude de l'ADEME/GIFAM sur « La perception du SAV par le consommateur dans le domaine du gros électroménager » (2012) (Mme Brunier GIFAM).</li> </ul>
<b>20 janvier 2015</b>	<p><b>Approche des professionnels</b></p> <p>-Point d'actualité sur les initiatives européennes concernant la durabilité des produits par (Mme Hortense BRUNIER, du GIFAM) ;</p> <p>-Présentation des actions de plusieurs secteurs professionnels en matière de durabilité des produits :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Syndicat de l'industrie des technologies de l'information (SFIB),</li> <li>○ Union nationale des industries françaises de l'ameublement (UNIFA),</li> <li>○ Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA),</li> <li>○ Conseil national de professions de l'automobile (CNPA),</li> <li>○ Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménager (GIFAM).</li> </ul>
<b>10 mars 2015</b>	<b>Echanges sur le projet d'avis du groupe de travail</b>
<b>14 avril 2015</b>	<b>Finalisation du projet d'avis et du projet de rapport</b>

### 2.3.1 Synthèse des présentations

#### 2.3.1.1 Présentation de l'« Atelier durabilité des produits » par Mme Pourchot, chargée de la prévention des déchets, à la Direction générale de la prévention des risques (DGPR), au Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie

Cet Atelier travaille en parallèle avec le groupe de travail du CNC, dans le cadre du Programme national de prévention des déchets. Dans le cadre de cet Atelier plusieurs sujets et études ont été présentés.

##### 1) Programme national de prévention des déchets 2014-2020

##### *Axe n° 2 « augmenter la durée de vie des produits et lutter contre l'obsolescence programmée »*

Les objectifs annoncés sont : de se doter d'un vocabulaire technique commun sur la durée de vie des produits et sur la notion d'« obsolescence programmée », de rendre la garantie légale plus compréhensible et la rallonger ; d'évaluer, développer et promouvoir l'économie de fonctionnalité.

## **2) Etude T. Lombès, B. Poubeau (2014), Mythes et réalités de l'obsolescence programmée (mémoire de fin d'études de l'école des mines de Paris)**

L'étude qui porte sur plusieurs catégories de produits (ampoules, électroménager, industrie automobile, téléphones mobiles, ordinateurs) fait plusieurs constats, notamment sur :

- la difficulté de mesurer la durabilité des produits (pas d'unité de méthode, difficultés techniques),
- la diversité des usages et des modes d'entretien qui complique l'évaluation,
- les difficultés de réparation,
- l'inégalité des informations,
- le potentiel des objets connectés.

## **3) Laboratoire national de métrologie et d'essais (LNE) (2013): rapport d'étude « Assistance dans l'élaboration d'une stratégie nationale relative à la durée de vie des produits, du réemploi et la réparabilité qui contribuent à des économies de matières premières, de CO2 et de déchets »**

En phase 1, le rapport dresse l'état de l'art sur les notions concernant la durée de vie, les tests et méthodes d'évaluation de la durée de vie, les *analyses du cycle de vie (ACV)* du point de vue de la durée de vie.

En phase 2 : il procède à l'étude de quelques familles de produits (produits de construction, automobile, machines à laver le linge, chaussures, téléphones portables). Il en ressort que les données disponibles sont disparates et hétérogènes d'un secteur à l'autre, il n'y a pas de base de donnée fiable et universelle de durée de vie des produits (besoin de faire des recherches sur l'état de l'art et les consensus au sein d'une profession).

Plusieurs propositions de leviers sont avancées : fixer pour le consommateur une échelle de classement de garantie de durée de vie (A à E) : créer un label de durée de vie ; améliorer la réparabilité et l'évolutivité des produits ; renforcer la réglementation par des obligations de durée de vie longue ; informer le consommateur sur les durées de vie estimées des produits.

## **4) Etude CNIID (Centre national d'information indépendante sur les déchets) – Amis de la Terre : « L'obsolescence programmée, symbole de la société du gaspillage - Le cas des produits électriques et électroniques » (2010)**

Divers types d'obsolescence sont énumérés :

- difficultés à réparer, absence de pièces détachées disponibles et à un coût abordable ;
- difficultés/impossibilité de démontage ;
- sophistication et vulnérabilité croissante ;
- incompatibilités ;
- appareils moins robustes.

Il est constaté que la durée de vie d'un produit dépend du nombre d'utilisations pour lequel a été conçu le produit (nombre de cycles), des conditions d'utilisation, de la maintenance, du moment où on décide de jeter l'appareil.

En matière de réparation, plusieurs freins sont identifiés par les acteurs de la distribution, notamment : dilemme économique entre coût de la réparation et rachat d'un appareil neuf ; baisse du prix de vente des produits ; coût, disponibilité et délais des pièces détachées de réparation ; accélération de l'innovation technologique ; absence d'un parc industriel électronique en Europe : absence de savoir-faire de réparation ; demande du consommateur qui préfère un produit neuf plutôt que réparé ; obsolescence technique. Le coût d'un SAV de qualité (coût de formation) a également été identifié comme un frein.

Plusieurs recommandations sont formulées :

- imposer aux fabricants l'affichage de la durée de vie des produits ;
- étendre la garantie sur les semi-durables et durables à 10 ans ;
- soutenir la réparation ;
- interdire la commercialisation de produits irréparables ;

- imposer aux fabricants de rendre disponibles les pièces détachées à un coût raisonnable pendant la durée de vie pour laquelle le produit a été conçu ;
- réduire les coûts de la réparation via la mise en place d'une TVA à 5,5 % sur les frais de main d'œuvre de la réparation ;
- baisse des charges sociales ;
- défiscalisation partielle du prix de réparation pour le consommateur.

5) **Avis du Comité économique et social européen sur le thème « Pour une consommation plus durable: la durée de vie des produits de l'industrie et l'information du consommateur au service d'une confiance retrouvée »** (avis d'initiative) T. Libaert (rapporteur), J.P. Haber (co-rapporteur), (2013)

Plusieurs propositions sont formulées dont :

- interdiction totale des produits pour lesquels la défektivité est calculée ;
- garantir la disponibilité des pièces détachées 5 ans après l'acquisition d'un bien ;
- encourager les démarches volontaires de certification ;
- engagement des fabricants à publier des chiffres sur les pannes les plus fréquentes et à produire des pièces;
- afficher la durée de vie estimée des produits ou en termes d'usages liés à l'utilisation ;
- mettre en place un système garantissant une durée de vie minimale des produits achetés (actuellement absence de législation européenne ou de normes pour la mesurer) ;
- étendre le dispositif de garanties lié aux achats par une garantie minimale de fonctionnement, les réparations étant alors à la charge du producteur ;
- renforcer l'information des consommateurs.

6) **Réflexions issues d'une table-ronde sur l'obsolescence programmée au CESE (oct. 2014)**

Propositions :

- rendre obligatoire l'affichage de la durée de vie, en donnant un intervalle de confiance et en donnant les standards techniques pour l'anticiper ;
- créer des standards adaptables listant les pratiques interdites (batteries soudées, fermetures éclairées sous-dimensionnées) (IndustriALL Europe) ;
- créer un label volontaire d'affichage de la durée de vie (AFNOR et d'autres favorables) ;
- augmenter la durée des garanties ;
- favoriser des dispositifs d'expérimentation et des tests ;
- favoriser l'innovation ;
- promouvoir les plateformes existantes et les réseaux sociaux.

7) **Lancement d'une étude de la Commission européenne**

Objectifs de l'étude : identifier 2 produits pilotes, élaborer pour eux une méthodologie commune d'évaluation de la durabilité, faire une évaluation environnementale et une analyse coûts/bénéfices.

Etat d'avancement : les 2 familles de produits pilotes ont été sélectionnées (réfrigérateurs/congélateurs et fours) ; les normes et méthodologies de tests de durabilité ont été répertoriées, l'élaboration de la méthodologie d'évaluation de la durabilité a commencé (calendrier : 26 novembre 2014 : workshop à Bruxelles avec les parties prenantes, ouvert à tous (<http://www.productdurability.eu/>); fin février 2015 : rendu de l'étude).

**2.3.1.2 Point d'actualité sur les initiatives européennes concernant la durabilité des produits, par Mme Hortense BRUNIER (GIFAM)**

- Intégration de critères liés à la durabilité dans la réglementation écoconception sur les aspirateurs ;
- La Commission étudie la possibilité d'inclure des critères d'efficacité des ressources dans son plan de travail 2015-2017 sur de nouvelles catégories de produits ;

- La Commission européenne a demandé au Comité européen de normalisation (CEN) et au Comité européen de normalisation électrotechnique (CENELEC) de développer des standards horizontaux sur l'efficacité des ressources sur la base de la directive écoconception qui devront porter notamment sur l'élaboration de normes horizontales sur la durabilité de catégories identifiées de produits ou de composants clés ;
- En juillet 2014, la Commission a adopté une Communication sur *l'Economie circulaire* avec notamment les objectifs suivants : augmenter la durabilité des produits, élargir le champ d'application de la directive Ecoconception pour des produits plus faciles à réparer, améliorer les services aux consommateurs (entretien et réparation) ;
- Etude de la DG ENV-Commission EU (calendrier : juin 2014–mars 2015) sur les fours et réfrigérateurs/congérateurs avec comme objectif de développer une méthodologie pour évaluer la durabilité des produits.

### **2.3.1.3 Présentation de l'étude de l'ADEME (2012) sur la durée de vie des équipements électriques et électroniques (EEE) et des travaux menés sur l'impact écologique lié à l'obsolescence des produits et les enjeux économiques, par M. Erwann Fangeat (ADEME)**

Sept catégories d'EEE étaient concernés (téléviseurs, imprimantes, ordinateurs portables, téléphones mobiles, aspirateurs, lave-linge, lampes)

#### **Définitions de la durée de vie**

**-la durée normative** : correspond à la durée de fonctionnement moyen mesurée dans des conditions spécifiques de tests, définies dans des normes établies par des organismes de type AFNOR, CENELEC ou IEC par exemple. Cette durée n'est pas obligatoirement mesurée en temps mais peut l'être en nombre de cycle ou d'unité ;

**-la durée d'usage** correspond au laps de temps pendant lequel le produit est utilisé, c'est-à-dire en état de marche et prêt à l'emploi, par un utilisateur donné. Elle est propre à un utilisateur/foyer. La durée d'usage totale est la somme des durées d'usage ;

**-la durée de détention** : correspond au temps écoulé entre sa date d'entrée dans le foyer (pas nécessairement neuf) et sa date de sortie, quel qu'en soit son état (en fonctionnement ou non). Elle correspond au laps de temps entre l'achat d'un appareil neuf et son passage au statut de déchet, quel que soit l'état de l'appareil (en état de fonctionnement ou non).

**-la durée d'existence** : correspond au laps de temps entre la fin de fabrication du produit et son élimination, sa valorisation ou son recyclage. Elle diffère de la durée de détention totale en cela qu'elle inclut la réutilisation éventuelle d'un produit, après son passage au statut de déchet, ainsi que le laps de temps entre la fin de fabrication et l'achat neuf.

**-l'« obsolescence fonctionnelle »** : correspond au fait qu'un produit ne réponde plus aux nouveaux usages attendus, pour des raisons techniques (exemple incompatibilité avec de nouveaux équipements), réglementaires et/ou économiques ;

**-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.

Ces notions diffèrent de celle de l'**obsolescence dite « programmée »**, qui dénonce un 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.

#### **Constats**

Sont notamment relevés :

-des effets de mode et sauts technologiques favorisant le remplacement anticipé des équipements (téléviseurs, téléphones mobiles, ordinateurs portables) ;

-un prolongement de la durée de vie des EEE ne correspondant pas toujours aux attentes des consommateurs (le cas des téléviseurs, téléphones mobiles, ordinateurs portables ou imprimantes est différent de celui des lave-linge, aspirateurs, batteries, ...)

-l'absence de législation relative à la durée de vie et de norme permettant de la mesurer, à part pour les lampes ; des conditions de test hétérogènes et peu transparentes ;

-des durées de garanties légales sans lien direct avec la durée de vie du produit.

**Consensus** : une majorité d'acteurs reconnaît qu'il y a d'autres critères à valoriser : jouer sur la durée de garantie, la disponibilité des pièces de rechange, etc.

Dans tous les cas, des réglementations franco-françaises sur la durée de vie ne semblent pas appropriées, et l'efficacité des contrôles doit être assurée.

Une majorité d'acteurs trouveraient un intérêt à des référentiels communs et à développer des normes relatives à la mesure de la durée de vie des EEE. Certains acteurs s'interrogent néanmoins sur la pertinence du développement de telles normes (parmi les arguments : ces durées de vie normatives ne capturent pas la diversité des conditions d'usage de l'appareil)

### **Conditions de mise en œuvre**

Une mise en œuvre à l'échelle européenne, avec des contrôles adaptés et nécessité de mieux communiquer sur les durée de vie obtenues par les normes, pour éviter les incompréhensions par le grand public.

### **Garanties**

Pour certains consommateurs, l'allongement de la durée de garantie est perçu comme un outil efficace pour améliorer la robustesse des produits à travers une meilleure conception. Pour d'autres, la seule conséquence serait une répercussion du prix d'un allongement de la durée de garantie sur les consommateurs et des contraintes en termes de stratégie commerciale.

Dans tous les cas, un allongement systématique de la durée de garantie semble complexe car la durée de garantie/des extensions proposées résulte d'un équilibre économique complexe pour les fabricants et distributeurs ; les bénéfices de l'allongement de la durée de garantie des EEE sont à étudier au cas par cas en fonction des attentes des consommateurs (ex. produits à fort renouvellement, etc.) ; dans le cas d'une répercussion des coûts sur le consommateur, son consentement à payer n'est pas garanti.

Constat commun : complexité des responsabilités entre fabricants, distributeurs et sous-traitants dans la gestion des garanties et du service SAV.

### **Pistes d'actions**

- Harmonisation des méthodologies et effort de transparence ;
- Acquérir des connaissances sur les impacts environnementaux des EEE au cours de leur cycle de vie ;
- Sensibiliser les consommateurs et la profession aux enjeux de la durée de vie ;
- Limiter le remplacement prématuré des équipements ;
- Promouvoir la réparation ;
- Promouvoir le réemploi ;
- Promouvoir les offres de services (économie de fonctionnalité).

#### ***2.3.1.4 « Obsolescence des produits : quel impact environnemental ? » (M. Eric Vidalenc) - présentation tirée de l'article de MM. Eric Vidalenc et Laurent Meunier (ADEME) : « Obsolescence des produits : l'enjeu écologique », Futuribles, n. 402, septembre-octobre 2014***

Sur la notion de durée de vie, il est constaté un écart entre la perception des fabricants et des consommateurs.

Pour être opérationnelle, la définition doit être la plus proche possible de l'unité de service utile (ex: nombre d'heures de fonctionnement pour des ampoules).

## Impacts et cycle de vie

Premier cas : impacts lors de la production : exemple des smartphones : de 80 à 97 % des impacts ont lieu pendant la phase de production.

Deuxième cas: impacts à l'utilisation :

- appareils électroménagers : les impacts en phase d'utilisation comptent 10 fois plus que ceux liés à la production et fin de vie.
- véhicules automobiles : pour les véhicules à moteur thermique, impacts à l'utilisation (pour les véhicules électriques, les impacts s'opèrent durant la production et la fin de vie).

## Quelles politiques publiques?

*Obsolescence physique?* La théorie économique suggère que pour un monopoleur, cela peut être profitable, mais pas pour un oligopoleur, sauf collusion (contraire au droit de la concurrence). Sur un marché concurrentiel, ce n'est pas profitable. Mais, abaisser la qualité des produits peut être profitable du fait des asymétries d'information et des difficultés pour un producteur à s'engager sur des durées longues. La location longue durée est un moyen de contourner ces problèmes.

*Obsolescence socio-économique* : Elle est favorisée par une concurrence faible (ex: logiciels). Mais, la distinction est difficile entre « obsolescence accélérée » et « amélioration » / « innovation ».

*Interdire l'obsolescence programmée?* : l'intérêt économique reste à démontrer et en pratique, quelle obsolescence interdire?

Dans les faits, de nombreux produits sont délaissés par les ménages (évolution des préférences, disponibilité à payer élevée pour être au goût du jour, nouvelles fonctions) alors qu'ils fonctionnent encore.

## L'obsolescence socio-économique vient avant l'obsolescence physique complète.

Le lien entre durée de vie et impact environnemental n'est pas évident et pour une entreprise, accélérer l'obsolescence sera d'autant moins profitable que le marché est concurrentiel et que les consommateurs sont informés sur le service utile rendu.

L'obsolescence socio-économique est liée à la disponibilité à payer élevée des consommateurs, qui reflète l'utilité attendue des produits et leur désir (dual) d'appartenance et de distinction sociale.

### 2.3.1.5 Évolutions du comportement des Français en matière d'environnement et attitudes vis-à-vis de l'économie circulaire (M. Régis Bigot, directeur du département « Conditions de vie et Aspirations » au CREDOC)

Certaines dynamiques renforcent l'économie circulaire : les contraintes financières qui invitent à repenser sa manière de consommer, une sensibilité à l'environnement et des connaissances qui progressent, l'envie de nouer des liens et la confiance dans ses pairs, une attention plus grande portée à l'origine de fabrication des produits.

Néanmoins, les consommateurs privilégient de façon générale le rapport qualité-prix à l'environnement. Si les citoyens sont sensibles à l'environnement, en tant que consommateurs, ils font surtout attention au prix et à la qualité des produits et des services qu'ils achètent, avant les considérations environnementales.

Par ailleurs, moins d'une personne sur trois considère que les informations sur les produits présentés comme respectant l'environnement sont claires, suffisantes et scientifiquement fondées.

Quant au souhait d'allonger la durée de vie des objets, une personne sur deux fait souvent ou toujours réparer ses appareils électroménagers, hi-fi, vidéo ou informatiques plutôt que d'en acheter de nouveaux (chiffre en baisse cependant depuis 2005). Les consommateurs pensent également que le réemploi est un mode de consommation qui a de l'avenir (90 % dont 49 % sont tout à fait d'accord avec cette affirmation).



### **2.3.1.6 Présentation d'études comportant des éléments sur les attentes de consommateurs en matière de durée de vie des produits (Mme Elisabeth Guibert DGCCRF)**

- 1) « Consommation durable » (octobre 2009) - Etude de Bruno MARESCA et Anne DUJIN ;
- 2) « Les Français avancent à grands pas sur la longue route écologique » (décembre 2010) – Etude de Régis BIGOT et Sandra HOIBIAN ;
- 3) « Consommation et mode de vie » (décembre 2011) – Etude de Pascale HEBEL et Patrick DUCHEN ;
- 4) « Les attentes des consommateurs, changement de comportements et révolution digitales » (novembre 2012).

#### **Constats globaux :**

Plus de la moitié des consommateurs consentiraient à une augmentation, à condition qu'elle soit modérée (pas plus de 5 %), pour des produits plus durables ;

Pour la plupart, l'acte d'achat est gouverné principalement par les critères du prix et du rapport qualité/prix ;

En conséquence, les consommateurs seraient prêts à consentir un effort financier pour l'acquisition d'un bien plus durable dans la mesure où ils pourraient en tirer un intérêt direct ;

En même temps, le recours à un achat d'occasion constitue a priori une alternative incontournable ou privilégiée pour certains consommateurs en ce qui concerne certains biens.

### **2.3.1.7 La perception du SAV par le consommateur dans le domaine du gros électroménager : enquête Ipsos pour l'Ademe et le Gifam septembre 2012**

31% des foyers<sup>1</sup> français ont connu une panne au cours des 12 derniers mois sur l'un de leurs appareils de gros électroménager.

Dans près d'1 cas sur 2 (47%), l'appareil était utilisé au moins une fois par jour.

Au moment de la panne, l'appareil avait en moyenne 7 ans et 10 mois.

Un peu moins d'1 consommateur sur 2 a choisi la réparation, soit en ayant recours à un service de réparation (26%), soit en le faisant eux-mêmes (19%) :

- 26% ont choisi de le faire réparer ;
- 19% ont préféré le réparer eux-mêmes ou par quelqu'un de leur foyer ;
- 45 % ont décidé de racheter un nouvel appareil pour le remplacer;
- 10% ne l'ont ni remplacé, ni fait réparer.

Les consommateurs sont globalement satisfaits de la réparation effectuée.

La principale raison qui justifie le fait que les foyers n'aient pas choisi de faire réparer leur appareil est d'ordre financier : 47% d'entre eux jugent le coût de la réparation trop élevé. Aussi, nous savons que lorsque le prix d'un devis excède 30% du prix d'achat initial, le consommateur fait le choix d'acheter un produit neuf plutôt que de le faire réparer. Le montant moyen d'une réparation est de 129 € et comprend des variables difficilement compressibles qui peuvent faire pencher le consommateur vers le choix d'un nouvel équipement: TVA à 20%, coût de la main d'œuvre, du déplacement... Le coût moyen des pièces détachées représente quant à lui en moyenne 40% du prix de la réparation.

Mais le souhait de racheter un nouvel appareil (plus performant, plus écologique ou d'un autre format...) justifie aussi le fait que l'appareil défectueux n'ait pas été réparé (29%).

---

<sup>1</sup> Un foyer comprend en moyenne 7 appareils de gros électroménager selon l'étude équipement des ménages TNS Sofres, conduite par le GIFAM en 2011.

On observe que la décision de rachat concerne des appareils âgés en moyenne de 10 ans et 1 mois au moment de la panne.

Le recours à l'autoréparation s'explique principalement par son moindre coût et la facilité de la réparation. Dans près d'un cas sur deux, l'autoréparation n'a pas nécessité de changement de pièce.

### **2.3.1.8 Présentation des actions de plusieurs secteurs professionnels en matière de durabilité des produits**

#### **1) Engagement des adhérents du Groupe interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménager (GIFAM) en faveur de la réparation**

##### *Des appareils durables, plus performants et plus accessibles*

Selon l'étude réalisée en 2010 pour l'ADEME et le GIFAM sur la durée d'utilisation des appareils ménagers ; la durée de vie moyenne d'un réfrigérateur est de 11 ans, 13 ans pour un congélateur, 10 ans pour un lave-linge et plus de 7 ans pour un aspirateur. En 30 ans, la fréquence d'utilisation a augmenté d'environ 10 mois, alors que les comportements ont évolué et conduisent les consommateurs à utiliser les appareils beaucoup plus souvent.

Les appareils d'aujourd'hui durent donc aussi longtemps tout en étant utilisés plus souvent et en consommant moitié moins d'eau et d'électricité. Enfin, leurs prix sont en baisse constante : d'après l'association de consommateurs UFC Que Choisir, en 1984, 14 jours du salaire moyen étaient nécessaires pour acheter un réfrigérateur, alors qu'en 2014, 6 jours suffisent<sup>2</sup>.

##### *Sensibilisation des consommateurs sur l'entretien des appareils pour prévenir les pannes*

Les adhérents du GIFAM se sont associés pour mettre à disposition des consommateurs des conseils d'entretien au travers d'un recueil de fiches qui concernent les appareils les plus présents dans les foyers. 100 000 exemplaires sont en cours de diffusion auprès des écoles de formation de la filière et au travers des marques ainsi que des réparateurs. Les conseils d'entretien sont également largement diffusés sur internet au travers d'un site à l'attention des consommateurs<sup>3</sup>.

##### *Engagement en faveur de la réparation*

Depuis 1997, une plateforme de gestion des pièces détachées – AGORA est gérée collectivement par les fabricants à l'attention des réparateurs. Plus de 60 marques sont présentes sur ce portail. La profession a aussi créé un réseau labellisé de stations techniques: le réseau STAR qui regroupe aujourd'hui près de 140 stations et 1000 employés.

##### *Éléments de contexte sur la réparation*

Les freins à la réparation des appareils électroménagers sont plutôt d'ordre économique que technique. Le prix de vente moyen des appareils de gros électroménager n'a cessé de baisser depuis 2002. Lorsque le prix d'un devis excède 30% du prix d'achat initial, le consommateur fait le choix d'acheter un produit neuf plutôt que de le faire réparer. Le montant moyen d'une réparation est de 129 € et comprend des variables difficilement compressibles qui peuvent faire pencher le consommateur vers le choix d'un nouvel équipement.

##### *Mise en place d'une filière de pièces détachées d'occasion*

Le GIFAM et l'ADEME ont décidé de conduire une étude macro-économique pour évaluer la possibilité de mettre en place une filière de pièces détachées d'occasion dans le secteur du gros électroménager. Nous constatons que 80% des pièces vendues sur AGORA ont un prix de vente inférieur ou égal à 40€ (prix de vente au réparateur). Pour ces derniers, l'offre de pièces d'occasion est intéressante par rapport aux pièces neuves seulement si elle permet un écart de prix de 50% dans les devis pour les consommateurs. L'étude met en avant plusieurs atouts dont bénéficie le secteur de l'électroménager pour la mise en place d'une telle filière : la maîtrise du flux des DEEE via Eco-systèmes, l'existence du système d'information AGORA ainsi que d'acteurs dans le démantèlement et la réparation tels

<sup>2</sup> Etude UFC Que Choisir, 30 ans de changements à la loupe, 21 janvier 2015.

<sup>3</sup> <http://www.choixresponsable.com/flipbook/Gifam/>

qu'ENVIE. La profession va poursuivre son étude de mise en place d'une filière de pièces détachées d'occasion.

### *Projet d'ateliers d'autoréparation*

Afin de faciliter économiquement la réparation, le GIFAM a décidé d'accompagner l'autoréparation par la création d'ateliers de réparation chez certaines stations techniques membres du réseau STAR. Une opération pilote sera lancée en avril 2015 en partenariat avec l'ADEME et deux stations volontaires afin d'identifier les conditions dans lesquelles le consommateur pourra réparer son appareil en toute sécurité chez un réparateur professionnel. Dans certains cas, l'autoréparation n'est pas à conseiller si elle est susceptible de mettre en danger le consommateur.

## **2) Secteur des technologies de l'information : Syndicat des technologies de l'information (SFIB)**

Dans le secteur des technologies de l'information, les bonds technologiques et les innovations conduisent à parler de « générations ». Le secteur est familiarisé avec le concept d'économie de fonctionnalité qui consiste à vendre un usage et non plus un bien. Les acteurs du secteur de l'impression dans le domaine professionnel ont développé depuis de nombreuses années une offre de vente de service comme, par exemple, les espaces de stockage (« *cloud computing* »), plutôt qu'une offre d'équipement.

Les produits relevant de ce secteur sont très encadrés par la réglementation notamment européenne sur l'écoconception, les piles et accumulateurs, et le recyclage des déchets d'équipements électriques et électroniques.

Les industriels informatiques s'inscrivent dans des démarches de labellisation européenne et internationale de leurs équipements et font la promotion de labels exigeants comme le label BLUE ANGEL sur les imprimantes ou le label ENERGY STAR sur différents type de matériels dont les ordinateurs, les imprimantes, etc. Dans ces labels, se trouvent des critères relatifs à la fin de vie. Par exemple, le label EPEAT fait référence aux possibilités de réparer et mettre à niveau son produit avec des outils standards, le label BLUE ANGEL fait référence également à ces outils standards pour démonter l'imprimante mais impose, en outre, que les pièces détachées susceptibles de tomber en panne durant une utilisation standard de l'imprimante, soient fournies pendant 5 ans après la fin de la production de l'imprimante.

Le syndicat a élaboré avec les constructeurs télécoms un « guide des bonnes pratiques de l'utilisateur informatique et télécoms ».

## **3) Secteur de l'ameublement - Union Nationale des Industries Françaises de l'Ameublement (UNIFA)**

En 2010 une enquête consommateurs a mesuré la durée d'utilisation de leur mobilier par les Français. 800 consommateurs ayant renouvelé leur mobilier en 2008, 2009 ou 2010 ont été interviewés par l'IPEA. Les acheteurs d'une cuisine possédaient celle qu'ils viennent de remplacer depuis 3 ans en moyenne. Cet âge moyen s'élève à 19 ans pour une table, 18 ans pour une chaise, 15 ans pour un canapé, 13 ans pour une armoire ou un matelas, 9 ans pour une bibliothèque et 8 ans pour du mobilier de jardin. Même après l'avoir renouvelé, les consommateurs semblent réticents à « jeter » leur ancien mobilier.

Près de 47% des 800 personnes interrogées ont ainsi donné ou réutilisé leurs anciens meubles. 38% d'entre eux s'en sont débarrassé via les tournées de collecte des encombrants, 10% l'ont fait reprendre par les magasins, 1,7% l'ont revendu et 1% seulement en ont fait don aux réseaux caritatifs.

Les travaux sur l'affichage environnemental des meubles ont débouché sur des durées de vie « fictives » qui servent à ramener les impacts environnementaux d'un meuble à une année d'utilisation comme le veut le référentiel français d'affichage environnemental. Mais les parties prenantes du GT 7 étaient unanimes pour ne pas donner cette information « arbitraire » à l'utilisateur final.

Concernant la réparabilité, tous les meubles sont réparables. Il existe en France suffisamment d'artisans ébénistes, tapissiers, métalliers, menuisiers, etc., capables de réparer/rénover des éléments d'ameublement. C'est une des composantes clés de leur caractère « durable ». La question est à quel prix par rapport à la valeur accordée à l'objet.

#### **4) Secteur de l'automobile - Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA) et Conseil national des professions de l'automobile (CNPA)**

Le véhicule est un bien durable (la durée de vie moyenne d'un véhicule est de 14 ans) qui est entretenu, réparé et bien souvent vendu sur le marché de l'occasion par les ménages (les véhicules revendus d'occasion représentent environ 60 % du parc circulant).

La réparabilité est un élément essentiel de la durabilité du produit automobile. Dans ce sens, les constructeurs et la filière de la réparation et du recyclage travaillent à un nouvel axe de progrès en matière de réparabilité et de durabilité : le développement de l'offre structurée et nationale de pièces de rechange de réemploi (pièces issues de véhicules traités par des centres agréés par les pouvoirs publics pour le traitement des véhicules hors d'usage). Ceux-ci doivent répondre à certaines obligations afin de produire un impact le plus faible possible sur l'environnement, ils sont agréés par les préfetures.

La pièce de rechange issue de l'économie circulaire est une offre complémentaire et alternative aux pièces neuves pour la réparation des véhicules. Ces pièces sont une réponse particulièrement adaptée pour la réparation des véhicules âgés (qui ont dépassé la moyenne d'âge du parc roulant (8,6 ans) et pour les véhicules de faible valeur qui sans cette offre seraient déclarés « *véhicules économiquement irréparables* », dans le cadre de la procédure dite des « véhicules endommagés ».

#### **5) Secteur des appareils de chauffage**

La durée de vie des produits dans ce secteur dépend de trois variables :

- l'usage, différent en fonction de la demande du consommateur (familles avec enfants ou non). L'usure de l'équipement, chaudière, chauffe-eau, pompe à chaleur, dépend de l'intensité de l'usage qui en est fait ;

- la climatologie : les conditions météorologiques influent sur la fréquence d'utilisation de l'équipement de même que l'intensité d'utilisation de l'équipement. Les solutions sont d'avantage sollicitées dans les régions françaises au climat plus froid que dans les zones au climat plus doux. Par ailleurs, plus la différence de température entre l'intérieur du logement et l'extérieur est importante, plus forte est la consommation ;

- l'entretien : celui d'une chaudière doit se faire en principe chaque année (une chaudière bien entretenue génère 5 fois moins de panne et consomme entre 8 et 12 % de moins).

Plus les appareils sont sollicités et moins ils sont entretenus, plus l'impact sur la consommation et l'environnement, en termes de transition énergétique, est important. Si le produit a été mal installé, anormalement sollicité ou mal entretenu, un problème de sécurité se pose (dégagement d'oxyde de carbone, risque d'incendie, etc.).

### **3 - SYNTHÈSE DES TRAVAUX**

Les débats se sont concentrés sur plusieurs aspects perçus comme essentiels par les deux collègues :

- la terminologie et les notions qu'elle recouvre;
- la pertinence du renforcement de la durabilité des produits;
- l'information des consommateurs sur la durée de vie des produits ;
- le lien entre durée de vie des produits et garantie ;
- la réparation.

#### **3.1 La terminologie**

**Sur un sujet aussi vaste et complexe, la terminologie revêt une importance cruciale** afin de bien sérier les problématiques et d'apporter les réponses adéquates. En effet, les différentes notions ne doivent pas être confondues :

- **Durabilité** : la durabilité est une notion intrinsèque au produit, (par exemple liée à des critères de résistance minimale d'un produit ou de ses composants) ; elle correspond à la capacité d'un produit à remplir sa fonction sur une période donnée, mesurée dans des conditions spécifiques de tests, définies dans des normes. Cette durée de vie normative n'est pas obligatoirement mesurée en temps mais peut l'être en nombre de cycle ou d'unité ;

Le groupe de travail du CNC constate que la réparabilité peut selon les secteurs faire partie ou non de la notion de durabilité.

- **Durée de vie** : cette notion est plurielle, elle peut correspondre à la durée de vie normative mais également à la **durée d'usage** qui est propre à chaque utilisateur Différents aspects interviennent dans la durée de vie tels que les actions effectuées par les consommateurs (entretien, respect des consignes d'utilisation) ou la réparation ;
- **Obsolescence** : ce terme peut recouvrir plusieurs réalités : l'*« obsolescence fonctionnelle »* qui correspond au fait qu'un produit ne réponde plus aux nouveaux usages attendus, pour des raisons techniques (exemple incompatibilité avec de nouveaux équipements), réglementaires et/ou économiques et l'*« obsolescence d'évolution »* : qui 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 ;
- **Obsolescence dite « programmée »**, qui dénonce un *« 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 »* (définition ADEME reprise dans le projet de loi sur la transition énergétique et la croissance verte pour définir le délit d'« obsolescence programmée »).

Rien ne permet de démontrer que ce type de pratique soit répandu. Il est constaté en effet que près de 40 % des consommateurs renouvellent leur appareil électroménager alors que celui-ci fonctionne encore.

**Les professionnels rejoignent les consommateurs dans la condamnation de toute pratique visant à prévoir une durée de vie limitée d'un produit par l'introduction de dispositifs internes dans l'optique d'entraîner la fin de vie de l'appareil après un certain nombre d'utilisations.**

**Dans ce contexte, les collègues des consommateurs et des professionnels s'accordent sur la définition de consensus élaborée par l'ADEME :**

- **Réparabilité** : capacité à être réparé : notion intrinsèque au produit ;
- **Réparation** : comprend d'autres thématiques comme l'accès aux pièces détachées, la formation des réparateurs, etc.

### 3.2 La pertinence de l'optimisation de la durabilité des produits

Les deux collègues se sont accordés sur le constat fait par l'ADEME, dans son étude « Obsolescence des produits: quel impact environnemental ? » sur le fait que le lien entre allongement de la durée de vie et performance environnementale n'est pas toujours systématique. En effet, le renouvellement d'un produit peut avoir un impact positif sur l'environnement. Pour un lave-linge par exemple, l'impact le plus important sur l'environnement se concentre sur la phase d'usage et non la phase de fabrication. Le renouvellement pour un appareil plus performant prend alors tout son sens d'un point de vue environnemental. Il en est de même pour les automobiles.

Par conséquent, il est erroné de penser que toute mesure visant à limiter le renouvellement des biens est par nature positive pour l'environnement. La problématique doit être traitée catégorie de produits par catégorie de produit et prendre en considération l'ensemble du cycle de vie.

Il ressort des travaux du groupe de travail qu'**il n'existe pas de réponse universelle en matière de durée de vie** :

- L'attente quant à la durabilité d'un produit est différente selon les consommateurs: la prise en compte ou non de la durabilité et /ou de la réparabilité du produit comme critère d'achat, le degré d'importance du rapport qualité-prix, l'effet de mode ou d'innovation qui influe ou non sur le renouvellement des produits, le choix pour des produits d'occasion plutôt que neufs, etc.
- L'attente du consommateur en matière de durée de vie varie en fonction du type de produit. A priori, on peut penser que celui-ci souhaite que le produit acheté soit efficace sur la plus longue période possible mais cette affirmation est à nuancer pour deux raisons. D'une part, l'obsolescence d'évolution pousse le consommateur à désirer un nouveau produit. D'autre part, l'obsolescence de fonctionnement contraint le consommateur à changer de produit.

**Le collège consommateur** évoque deux mesures : *imposer la mise à jour des logiciels pendant une durée minimale et l'utilisation de compteurs à puces* (en respectant la réglementation sur la protection des données personnelles) afin de pouvoir mesurer l'utilisation effective des appareils.

Pour **le collège des professionnels**, connaître, grâce à des puces, le nombre de cycles d'utilisation de certains produits et en faire un critère de durabilité serait délicat et très compliqué à mettre en œuvre par les fabricants. Par ailleurs certains produits s'abiment plus quand ils ne servent pas. La question des appareils connectés est d'actualité mais l'objectif est plutôt de prévenir les pannes grâce à un meilleur entretien des produits et un meilleur diagnostic des défauts potentiels. Cette technologie permettrait ainsi d'alerter les consommateurs de façon plus efficace. Les professionnels travaillent sur des innovations.

Les enjeux industriels sont également différents selon les secteurs économiques. En fonction de la nature du bien, de sa valeur économique, de l'environnement concurrentiel et des attentes des consommateurs, les enjeux se porteront sur différents aspects avec plus ou moins d'importance : la durabilité/la fiabilité du produit, la disponibilité des pièces détachées, le développement d'un service de réparation de qualité, etc.

### 3.3 L'information des consommateurs sur la durée de vie des produits

L'ensemble des membres du groupe de travail s'accorde sur la nécessité d'identifier les leviers permettant de mieux concilier l'intérêt porté par les consommateurs à la question de la durée de vie des produits avec l'impératif de compétitivité des entreprises et ses corollaires que sont, notamment, la création d'emplois et le pouvoir d'achat des ménages.

**La fourniture d'une information sur la durée de vie des produits lors de l'achat, est considérée comme un élément important.** A cet égard, les études révèlent une vraie demande des consommateurs puisque 92 % des consommateurs européens et parmi ceux-ci des consommateurs français, souhaitent une information sur la durée de vie des produits<sup>4</sup>.

Une **information sur l'entretien et le « bon usage »** est également souhaitable. Les conditions d'entretien et d'usage des biens jouent un rôle déterminant sur la durée de vie des produits. Il appartient aux professionnels de fournir une information lisible et facilement accessible afin de permettre aux

---

<sup>4</sup> [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/flash/fl\\_367\\_fact\\_fr\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_367_fact_fr_fr.pdf)

consommateurs une utilisation adaptée et optimale. En parallèle, il appartient aux consommateurs de prendre connaissance de ces conditions d'entretien et d'usage et de les appliquer. Une utilisation inadaptée étant de nature à avoir un effet négatif sur la durée de vie du bien.

Le consommateur a toujours la possibilité d'exiger que l'information soit délivrée sur support papier.

L'information sur les dangers potentiels d'utilisation est quant à elle obligatoire.

**Les deux collèges sont favorables à :**

- la fourniture de notices d'entretien compréhensibles et lisibles pour que les consommateurs soient en mesure de prendre davantage soin de leurs appareils ;
- la disponibilité de cette notice sur support papier auprès des vendeurs ;
- l'édition d'un guide de bonnes pratiques édité en fonction des produits ;
- la formation des vendeurs afin de proposer aux consommateurs les produits les plus adaptés.

**Les deux collèges ont tenu à souligner que l'Europe joue un rôle capital dans la définition des règles qui s'imposent aux fabricants et aux consommateurs** dans la mesure où les marchés sont à minima européens. A cet égard, l'ensemble des participants du groupe de travail souhaite que les parties prenantes françaises prennent toute leur place dans l'élaboration des règles européennes en participant aux consultations idoines, par exemple au sein de l'AFNOR lorsqu'il s'agit de travaux normatifs.

### **3.4 Le lien entre durée de vie des produits et garantie**

La notion de garantie, qui est un concept juridique destiné à conférer des droits au consommateur, est distincte de celle de la durée de vie.

La distinction entre durée de vie et garantie doit être clairement expliquée aux consommateurs. Les deux notions ne peuvent être automatiquement corrélées. En effet, la durée de vie effective dépend étroitement de l'utilisation future du produit qui ne peut être connue à l'avance par le professionnel.

De façon générale, les consommateurs ne sont pas toujours correctement informés de leurs droits et en particulier de la différence entre les garanties légales, commerciales et des vices-cachés. Le vendeur occupe une place essentielle dans ce cadre par son rôle de conseil vis-à-vis du consommateur.

La durée de la garantie, qu'elle soit commerciale ou légale (conformité) est liée à un équilibre économique complexe pour les fabricants et les distributeurs ; les bénéfices d'un allongement de la durée de garantie sont à étudier au cas par cas en fonction des attentes des consommateurs; dans le cas d'une répercussion des coûts sur le consommateur, son consentement à payer n'est pas garanti.

### **3.5 La réparation**

Les deux collèges soulignent que la plupart des biens sont techniquement réparables. Toutefois, l'élément « coût de la réparation » se révèle déterminant. Celui-ci dépend de nombreux facteurs : prix des pièces détachées, coût de la main d'œuvre, taux de TVA, frais de déplacement éventuel du technicien, ...). Il convient, par conséquent, de réfléchir aux évolutions possibles permettant de favoriser économiquement la réparation en tenant compte des règles de concurrence s'imposant aux fabricants et aux acteurs de la réparation.

Si l'autoréparation peut parfois permettre au consommateur de réparer son produit à un coût réduit, la sécurité des consommateurs et la fiabilité de la réparation sont deux éléments capitaux à prendre en compte.

Il ressort, en outre, des réflexions du groupe de travail que le consommateur rencontre des difficultés à identifier les professionnels de la réparation. Une meilleure information constitue donc une piste intéressante de progrès.

La loi relative à la consommation, complétée par un décret du 9 décembre 2014 (article R111-3 du code de la consommation) précise les conditions d'information des consommateurs sur la disponibilité des pièces détachées. Cette information sera transmise par le vendeur au consommateur en magasin ou en ligne, dès lors que le fabricant aura donné cette information au vendeur. Le dispositif est entré en vigueur le 1er mars 2015. **Ses effets devront être analysés avec minutie afin de mesurer l'impact de cette nouvelle information sur le choix des consommateurs.**

Dans ce domaine, le collège des consommateurs préconise notamment : une obligation d'information sur la réparabilité du produit ; une information sur l'offre de réparation existante ; que les réparations soient moins onéreuses que le coût de remplacement du produit et que les consommateurs ne soient pas captifs de la marque ou du réseau s'ils ne réparent pas eux-mêmes.

#### 4. RECOMMANDATIONS

A l'issue des travaux conduits par le groupe de travail du Conseil National de la Consommation, celui-ci a adopté un avis dont les recommandations sont :

- 1) **de renforcer la compréhension du consommateur sur les enjeux de la consommation responsable** par l'éducation et la pédagogie ;
- 2) **de renforcer l'information du consommateur :**
  - **créer une brochure pédagogique**, à partir des fiches de la DGCCRF, présentant les différentes garanties, avec des cas concrets, des schémas, etc. ;
  - **favoriser la communication de cette brochure** via le ministère de l'économie, les organisations professionnelles, l'INC et les associations de consommateur ;
  - **communiquer cette brochure aux vendeurs** afin de les sensibiliser aux différentes garanties existantes ;
  - **utiliser les différents vecteurs de communication** à disposition des associations de consommateurs, des professionnels, des services de l'Etat et de l'INC pour communiquer sur la durée de vie des produits ;
  - **mener des expérimentations cadrées en matière d'affichage de la durée de vie des produits** sur la base du volontariat, afin de contribuer à la définition d'une méthodologie fiable en lien avec les travaux européens en cours ;
  - **encourager l'élaboration et la diffusion de guides de bonnes pratiques** en partenariat avec les associations de consommateurs, éditées par les organisations professionnelles en fonction du type de produit (ex : Guide du GIFAM<sup>5</sup>, du SFIB<sup>6</sup> ou du SPAP). Ces guides pourraient également être transmis par les associations de consommateurs à leurs adhérents.

Il apparaît nécessaire d'encourager une version dématérialisée et d'en assurer une mise à jour régulière de la part des professionnels.

- **renforcer la communication sur la fin de vie et le réemploi des équipements électriques et électroniques, ainsi que du mobilier** (modalités de reprise par les points de vente et autres intervenants, notamment les réseaux solidaires...) ;

---

<sup>5</sup>« Prenez soin de vos appareils électroménagers, vous prolongerez leur vie », GIFAM

<sup>6</sup>« Guide des bonnes pratiques de l'informatique et telecoms », SFIB



- **améliorer l'information sur les coordonnées des réparateurs** agréés ou non.

La possibilité de faire réparer un produit en cas de panne constitue un élément important de la durée de vie d'un produit.

**3) d'agir en faveur de la réparation des produits :**

- diminuer le coût de la réparation grâce à un taux réduit de la TVA ;
- veiller à ce que l'autoréparation, lorsque celle-ci est possible, soit conduite sans risque pour la sécurité du consommateur et / ou pour la fiabilité du produit ;
- communiquer sur le nouveau dispositif concernant l'indication de la durée de disponibilité des pièces détachées indispensables à l'utilisation du bien, en évaluer sa mise en œuvre ;
- favoriser l'utilisation des pièces détachées de réemploi dans un cadre alliant information des consommateurs, fiabilité des pièces détachées, réduction des coûts et diminution des déchets.

**4) de favoriser la seconde vie des produits** en incitant les professionnels à développer des partenariats notamment avec l'économie sociale et solidaire pour les catégories de produits pertinentes, en veillant à ne pas créer de distorsion de concurrence entre les différents acteurs du marché ;

**5) d'améliorer l'information des consommateurs pour permettre une compatibilité durable entre un ordinateur et ses périphériques**, prévoir en tout état de cause une compatibilité durable entre ces éléments et favoriser de façon générale une telle compatibilité entre produits connexes ;

**6) de susciter des études** sur les déterminants et **les impacts économiques et sociaux** de la durabilité des produits, avec une attention particulière sur les aspects empiriques.

**7) de renforcer l'implication des acteurs français** (Etat, associations et opérateurs économiques) **sur les sujets normatifs européens ou mondiaux** en lien avec la durabilité afin de contribuer efficacement aux travaux de l'AFNOR où sont définies les positions françaises portées au niveau européen.

*Le groupe de travail du CNC sur la durabilité des produits se réunira à nouveau pour dresser un bilan de la mise en œuvre du présent avis dans un délai d'un an à compter de la publication de ce dernier.*

## ANNEXE

### Liste des participants du groupe de travail

#### COLLEGE DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

Patrick MERCIER, rapporteur	Association de Défense, d'Éducation et d'Information du Consommateur (ADEIC)
Ariane POMMERY	ADEIC
Anne-Sophie QUÉRITÉ	ADEIC
Flavien BILQUEZ	Association Force Ouvrière Consommateurs (AFOC)
Ludivine COLY-DUFOURT	Association Léo Lagrange Pour la Défense des consommateurs (ALLDC)
Manuel MESSEY	Conseil national des associations familiales laïques (CNAFAL)
Nicolas REVENU	Confédération Nationale des Associations familiales catholiques (CNAFC)
Robert AELION	CNAFC
Marion PLATEEL	Confédération Nationale du Logement (CNL)
Sonia TROADEC	Familles de France
Chantal JANNET	Familles rurales

#### COLLEGE DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES DU CNC OU INVITEES

Gilles ROUVIERE, co-rapporteurs	Mouvement des entreprises de France (MEDEF) - Fédération des industries électriques, électroniques et de communication (FIEEC)
Hortense BRUNIER	MEDEF - Groupe interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménager (GIFAM)
Amélie JUGAN	Confédération générale des petites et moyennes entreprises (CGPME)
Florian MASSEUBE	CGPME
Pierre PERROY	Fédération des entreprises internationales de la mécanique et de l'électronique (FICIME)
Franck AVIGNON	Mouvement des entreprises de France (MEDEF)
Christine RAMPIN-GRANEL	MEDEF - Comité français des constructeurs d'automobiles (CFCA)
Hubert PERNEAU	MEDEF - CFCA
Anne de BEAUMONT	MEDEF - Conseil national des professions de l'automobile (CNPA)
Franck DERNIAME	MEDEF - Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD)
Pascale BARTHOMEUF-LASSIRE	MEDEF - Fédération Française du Bâtiment (FFB)
Marie-Cécile LEBARD	Fédération française des sociétés d'assurance (FFSA)
Nathalie JOUEN ARZUR	MEDEF - Fédération française des télécoms (FFT)
Florence MONIER.	MEDEF - Fédération des Industries Électriques, Électroniques et de Communication (FIEEC)
Caroline MARCOUYOUX	MEDEF - Syndicat des technologies de l'information (SFIB)
Nathalie ROY	Union professionnelle artisanale (UPA)

#### ORGANISMES DIVERS (ORGANISME D'ÉTAT OU ASSOCIATION LOI 1901)

Erwann FANGEAT	Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME)
Eric VIDALENC	ADEME
Laurent MEUNIER	ADEME
Françoise HEBERT-WIMART	Institut National de la Consommation (INC)

## ADMINISTRATION

Axel THONIER, Président	DGCCRF - Sous-direction 5 « Industrie, santé et logement »
Geneviève CAVAZZI, Co-Présidente	DGCCRF - Bureau des produits industriels (5A)
Claire LEVAVASSEUR	Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie (MEDDE) - DGPR/SPNQE/DPGD
Marie POURCHOT	MEDDE - DGPR / SPNQE / DPGD
Nadia HERBELOT	MEDDE - DGPR / SPNQE / DPGD
Elisabeth ZANELLI	DGCCRF - Bureau 5A Produits industriels
Elisabeth GUIBERT	DGCCRF - Bureau 5A Produits industriels
Christelle MANIMA	DGCCRF - Bureau 3A Politique de protection des consommateurs et loyauté
Catherine GUILLON	DGCCRF - Bureau 3A Politique de protection des consommateurs et loyauté
Michel DELAVICTOIRE	DGCCRF – Secrétariat général du Conseil national de la consommation (CNC)
Christian FAGES	DGCCRF – Secrétariat général du Conseil national de la consommation (GIC-CNC)