

Pour une consommation plus durable

en phase avec les enjeux européens



Thierry LIBAERT

Décembre 2018

Remerciements

Outre l'ensemble des organisations et interlocuteurs ayant accepté d'être auditionnés en vue du présent rapport, des remerciements particuliers sont à adresser :

- A Nicolas Hulot, à l'origine de cette mission,

- Aux services du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire, Vincent Coissard, Elise Calais et particulièrement Priscille Ghesquière et Sylvain Chevassus ;

- Au cabinet de la ministre auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, chargée des affaires européennes, et notamment Antonin Ferri ;

- Au Comité Economique et Social Européen, Jean-François Bence, Eric Ponthieu, Janine Borg, Aurore Dehousse, ainsi que mes collègues conseillers, notamment Antonio Longo (Italie), Thom van Mielo (Pays-Bas), Bernardo Hernandez Bataller (Espagne) ;

- Au Bureau Européen des consommateurs, et notamment Sylvia Maurer,

- Aux services de la Commission Européenne, et notamment à Pavel Misiga, Tsonka Iotzova, Marieke Sluijters, Marie-Paule Benassi, Pierre Henry, Jeroen van Laer ;

- A Isabelle Luschévici, Marie-Claude Cazottes, Rita Fahd, André-Jean Guérin et Christophe Ginisty pour la relecture, la mise en forme et la présentation.

Remerciements

Sommaire

Avant-propos

I - Etat des lieux en Europe

1. Pratiques
2. Observations
3. Socle d'une ambition commune

II - Modèle économique d'une extension de garantie

1. Etudes économique liées aux extensions de garantie
2. Etudes globales
3. Pour un modèle économique favorable à la consommation durable

III - Une consommation plus durable également sur le net

Conclusion

- ⇒ Résumé
- ⇒ Recommandations

Annexes

- ⇒ Interlocuteurs rencontrés
- ⇒ Documents étudiés

Avant-propos

La consommation durable représente un enjeu central de l'économie circulaire et au-delà, de la réussite de la transition écologique et solidaire.

Elle représente également un des 17 objectifs de développement durable au travers de l'ODD 12 « Consommation et production durable ».

Parce que les conséquences sont économiques, sociales et environnementales, la consommation durable se situe au cœur des enjeux de développement durable. Parce que l'immense majorité des français a eu l'occasion d'être confrontée à la situation d'être face à un produit qu'elle souhaitait faire réparer et d'entendre des conseils d'orientation vers un choix préférable de nouvelle acquisition. Parce que le sujet, s'il est présenté de manière constructive, permet d'obtenir un consensus de l'ensemble des parties concernées, chacune, entreprises, salariés, consommateurs, environnementalistes, possède en effet un intérêt fort à la promotion d'une consommation durable.

Le rapport demandé par le ministre d'Etat, ministre de la transition écologique et solidaire et la secrétaire d'Etat auprès du ministre d'Etat, en date du 21 juin 2018, témoigne de cette prise de conscience. En souhaitant replacer la société civile au centre des enjeux, en se positionnant dans un contexte européen, afin d'éviter de créer des distorsions entre les Etats de l'Union européenne, la France avance des pistes concrètes et accessibles.

Le Comité Economique et Social Européen qui fut le premier organe à statuer de manière unanime sur le sujet de la lutte contre l'obsolescence programmée, et la France, premier état européen à légiférer sur le sujet, ont fait preuve d'anticipation vers une dynamique de responsabilité dans les modes de consommation. Il faut désormais aller au-delà, et la mission confiée, par les trois volets qu'elle indique, ouvre la voie à une politique de développement équilibré.

Trois axes ont été proposés dans notre lettre de mission :

- Etat des lieux européens et fondements d'une ambition commune,
- Modèle économique de l'extension des garanties,
- Conditions d'une égalité de traitement entre distributeurs physiques et distributeurs en ligne.

Faute d'une expertise juridique suffisante, notre rapport s'est focalisé sur les deux premiers points.

Il se termine par une synthèse de l'étude et quelques recommandations.

Méthodologie

Pour répondre à la demande du Ministre de la Transition écologique et solidaire en date du 21 juin 2017, nous avons utilisé quatre axes de travail.

- Une analyse documentaire approfondie que nous avons volontairement axée sur les recherches scientifiques. Il existe en effet de nombreux documents, rapports, textes de positionnement, mais il nous est rapidement apparu nécessaire de rechercher les données les plus indiscutables possibles. Les travaux analysés, très majoritairement anglo-saxons, concernent les aspects économiques, sociaux, environnementaux de la durabilité des produits ainsi que les pratiques de consommation associées (liste en annexe 1).
- Des entretiens en profondeur. Une cinquantaine de personnes ont été rencontrées dans le cadre de notre mission et cela durant des entretiens d'une durée d'une heure en moyenne (liste en annexe 2). Toutes les sollicitations pour être auditionné ont été acceptées. Il est possible que certains interlocuteurs aient été oubliés dans mes demandes de rencontre ; qu'ils soient priés ici de bien vouloir m'en excuser.
- Une double enquête sur la situation des facteurs liés à la durabilité des produits a pu être conduite auprès d'interlocuteurs des états membres de l'Union Européenne. Une première étude a été menée grâce aux collègues du Comité Economique et Social Européen membres de la catégorie Consommateurs et Environnement, elle a été doublée avec des questions comparables grâce aux associations membres du Bureau européen de la consommation.
- De nombreuses informations ont pu être recueillies lors de la participation à des conférences organisées par les services de la commission européenne et notamment par la DG Just et la DG Env. Une journée d'échanges européens a été organisée¹ afin d'obtenir un point de situation avec les principaux acteurs de la durabilité en Europe.

Ayant été à l'origine du premier texte européen sur l'obsolescence programmée², je me suis également servi de mes travaux effectués dans le prolongement de cet avis³.

¹ : EESC, "Tackling premature obsolescence", 30 novembre 2018.

² : Thierry Libaert (rapporteur), « 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 », EESC, 17 octobre 2013.

³ : Thierry Libaert, « Comment agir vraiment contre l'obsolescence programmée », note La Fabrique Ecologique, juillet 2017, *Déprogrammer l'obsolescence*, Editions Les Petits Matins, septembre 2017.

Chapitre 1

Etat des lieux et socle d'une ambition commune

I. Etat des lieux

1. Observations des pratiques

Les questions de durabilité, bien que par définition au cœur même des principes de développement durable, apparaissent parfois complexes en raison de multiples expressions connexes. Reprenant la terminologie de l'Afnor⁴, nous considérons :

- l'éco-conception : intégration des aspects environnementaux dès la conception des produits,
- la consommation responsable : prise en compte des impacts économiques, sociaux et environnementaux dans l'acte d'achat,
- l'allongement de la durée d'usage : mise à disposition d'un produit ou service dans des conditions permettant de prolonger sa durée d'usage.

Pour l'observation des pratiques des 27 pays de l'Union, trois axes ont été sélectionnés :

- le système des garanties,
- les procédures liées à la réparabilité des produits,
- les actions spécifiques à la lutte contre l'obsolescence programmée.

A. Le dispositif de garantie

La réglementation européenne est basée sur le dispositif d'une garantie légale de deux ans pour l'ensemble des produits. Le vendeur doit alors remplacer, réparer ou rembourser le produit ou fournir une somme significative. Le remboursement partiel ou total n'intervient que si les deux premières solutions s'avèrent impossibles. Généralement les textes prévoient que le vendeur a une obligation prioritaire de réparation, et si celle-ci se révèle délicate, il se doit de remplacer le produit. Sur la base d'une garantie de deux ans, les textes présument qu'en cas de défaillance du produit durant une période généralement de six mois, c'est au vendeur d'apporter la preuve que le produit n'était pas défectueux lors de la vente.

Le délai de garantie prend effet à réception du bien. La directive 1999/44⁵ article 5 prévoit que, passé une période de six mois, c'est au consommateur d'apporter la preuve que le défaut existait sur le produit en dehors de tout usage par le consommateur. Le tableau ci-joint présente les différences entre les 27 états de l'Union Européenne.

⁴ : Afnor, *Système de management de l'économie circulaire*, octobre 2018.

⁵ : pour une analyse économique de la directive, cf Francesco Parisi, « The harmonization of legal warranties in European sales law: An economic analysis ». *American journal of comparative law*, vol. 52, n°2, 2005.

Explications sur les rubriques

Nous avons distingué la période de garantie de la période de présomption. La durée de notification examine le cas où il y aurait une échéance dans la notification de la défaillance. La période de prolongement de garantie examine le cas de la mise en œuvre d'une nouvelle garantie à la suite d'une défaillance durant la période de garantie.

Une situation européenne contrastée

Pays	Période de garantie	Durée de présomption	Durée de notification	Période de prolongement de garantie	Informations sur les pièces de rechange	Réglementation spécifique sur l'obsolescence programmée
Allemagne	2 ans	6 mois	Non	La loi est muette		
Autriche	2 ans	6 mois	Non	2 ans	Non	Non
Belgique	2 ans	6 mois	Non	Non (sauf durée de réparation ou de remplacement)		Non (proposition en 2012 et en 2017)
Bulgarie	2 ans (valable aussi pour les produits d'occasion)	6 mois	2 mois	Non (sauf durée de réparation ou de remplacement)	Non	Non
Chypre	2 ans	6 mois	2 mois	Non (sauf durée de réparation ou de remplacement)	Non	Non
Croatie	2 ans	6 mois	2 mois	Non (sauf durée de réparation ou de remplacement)		
Danemark	2 ans (valable aussi pour les produits d'occasion)	6 mois	Non (notion de délai raisonnable)	2 ans ¹		
Espagne	2 ans	6 mois	2 mois	2 ans (nouveaux produits, prolongement si période de réparation)	Non, mais l'article 127 de la loi sur la consommation exige l'existence de pièces de rechange pour une période de 5 ans	Non
Estonie	2 ans (valable aussi pour les produits d'occasion)	6 mois	2 mois	2 ans en cas de nouveau produit		

Finlande	Variable selon la durée de vie du produit (valable aussi pour les produits d'occasion)	6 mois	Non (notion de délai raisonnable)	Non		
France	2 ans	2 ans (6 mois pour les produits d'occasion)	Non	La loi est muette	Oui	Oui
Grèce	2 ans (valable aussi pour les produits d'occasion)	6 mois	Non	2 ans (même en cas de réparation)	Non	Oui
Hongrie	2 ans	6 mois	2 mois	2 ans en cas de remplacement et 2 ans pour la pièce réparée		
Irlande	6 ans (valable aussi pour les produits d'occasion)	6 mois	Non (notion de délai raisonnable)	Non (sauf durée de réparation ou de remplacement)		
Italie	2 ans	6 mois	2 mois	Non	Non	Non (proposition en 2013 et en 2017)
Lettonie	2 ans (valable aussi pour les produits d'occasion)	6 mois	2 mois	Non		
Lituanie	2 ans (valable aussi pour les produits d'occasion)	6 mois	Non (notion de délai raisonnable)	Non (sauf durée de réparation ou de remplacement)		
Luxembourg	2 ans	6 mois	Non (notion de délai raisonnable)	Non (sauf durée de réparation ou de remplacement)		

Malte	2 ans	6 mois	2 mois	Non (sauf durée de réparation ou de remplacement)		
Pays-Bas	Variable selon l'espérance de vie du produit (valable aussi pour les produits d'occasion)	6 mois	2 mois	Non (sauf durée de réparation ou de remplacement)		
Pologne	2 ans	12 mois	Non	2 ans (remplacement du produit)	Non	Non
Portugal	2 ans	2 ans	2 mois	2 ans (sauf durée de remplacement)	Oui	Non
Roumanie	2 ans	6 mois	2 mois	2 ans (cas du remplacement pour certains types de produits)		
Slovaquie	2 ans	12 mois	Non (notion de délai raisonnable)	2 ans (nouveau produit)		
Slovénie	2 ans ²	12 mois	2 mois	2 ans (nouveau produit)	Oui	Non
Suède	3 ans (également pour les produits d'occasion)	6 mois	Non (notion de délai raisonnable)	La loi est muette	Non	Non
Tchéquie	2 ans ³ (mais peut être inférieure pour certains produits)	6 mois	Non (notion de délai raisonnable)	Non		

Notes :

1) : Limitation à 3 ans au total si le produit a été réparé.

2) : Pour certains produits, une garantie d'une année supplémentaire d'une année est imposée (appareils électroniques, voitures, ...)

3) : En République Tchèque, le consommateur peut se voir prolonger la garantie s'il prouve que le défaut existait à l'origine du produit, et cela après la période de 2 ans.

B. Les procédures liées à la réparabilité des produits

L'enquête publiée en 2018 par l'Agence Européenne de l'Environnement⁶ apporte quelques informations sur quelques intentions étatiques en lien avec une meilleure durabilité des produits.

Ainsi, l'Espagne et la Finlande ont édicté des lois pour faciliter le démantèlement, la réparation, la réutilisation et le recyclage des équipements électroniques. La Finlande a annoncé son intention d'accroître les informations relatives à la filière EEE sur le sujet de leur durée de vie, leur réparabilité et la durée de garantie.

S'agissant des moyens utilisés pour faciliter le réemploi, cette enquête indique une forte majorité des accords volontaires (47 %), suivie par les moyens d'information (35 %), loin devant les leviers réglementaires (10 %).

Plusieurs types de mesures sont mises en place pour faciliter la réparation :

- L'information sur les pièces détachées,
- Le dispositif de garantie et la priorisation de la réparation sur le remplacement,
- La baisse de la TVA sur les activités de réparation (Belgique, Suède, Pays-Bas),
- Les subventions.

Le rapport de benchmark international réalisé par l'Ademe en mai 2018⁷ indique plusieurs types d'initiatives comme les éco-chèques défiscalisés permettant de payer les activités de réparation, ou celle de la ville de Graz en Autriche qui depuis le 16 novembre 2017 subventionne la réparation d'appareils électriques. Le principe repose sur la prise en charge de 50 % des coûts jusqu'à un plafond de 100 € par an et par ménage.

- L'information du consommateur par un label ou indice.

L'inexistence d'objectif quantitatif de réparation au niveau européen est à signaler. Ainsi, le 7^{ème} plan d'action pour l'environnement n'indique, en lien avec notre mission, que des objectifs de réduction des déchets et de recyclage des déchets municipaux. Les indicateurs de durabilité et de réparabilité sont également absents des dix indicateurs de suivi européen de l'ODD 12 « Production et consommation responsable ».

C. Les actions spécifiques à la lutte contre l'obsolescence programmée

L'enquête lancée par le Comité Economique et Social Européen (catégorie Consommateur et Environnement) et le Bureau Européen des Consommateurs n'a pas détecté de projets ou propositions de loi significatifs en cours.

Par le passé, deux pays ont tenté de réguler l'obsolescence programmée et à chaque fois à deux reprises.

⁶ : European Environment Agency, *Waste prevention in Europe. Policies, status and trends in reuse in 2017*, juin 2018.

⁷ : Ademe, *Benchmark international du secteur de la réparation*, mai 2018.

- En Italie
Une première proposition de loi a été présentée le 10 septembre 2013 à la Chambre des députés italiens⁸. Celle-ci comportait dix articles et prévoyait des sanctions pouvant aller de 500 à 500.000 Euros, la « mise en œuvre de campagnes de communication visant à informer les consommateurs sur les conséquences découlant de la pratique de l'obsolescence programmée » ainsi que le soutien aux formations aux activités de réparation. Un nouveau projet a été présenté le 22 juin 2017⁹. Ce projet prévoyait un dispositif d'information sur la disponibilité des pièces de rechange, proposait des sanctions entre 50.000 et 800.000 Euros en cas d'obsolescence programmée constatée.

- En Belgique
La Belgique est à l'origine de la première inscription de l'obsolescence programmée dans une proposition de loi, en l'occurrence il s'agissait d'une « proposition de résolution en vue de lutter contre l'obsolescence programmée des produits liés à l'énergie »¹⁰. Cette résolution proposait notamment de « décourager au maximum la commercialisation de produits non responsables » et l'obligation faite aux fabricants d'indiquer la durée de vie des produits sur l'emballage.

En février 2018, la Chambre des Représentants a rejeté une proposition issue du CDH, du PS et du parti écolo¹¹. Un vote à l'unanimité au sein de la commission Santé-Environnement de la Chambre (18 octobre 2018) et un soutien du premier ministre Charles Michel n'ont pas permis de déboucher sur un accord entre les différents partis politiques.

2. Plusieurs observations peuvent être effectuées

- 1) Sur les 27 états, 23 ont une garantie de 2 ans. Deux états possèdent une garantie supérieure (3 ans pour la Suède et 6 ans pour l'Irlande) et 2 ont une garantie variable selon la durée de vie estimée du produit (la Finlande et les Pays-Bas).

Les Pays-Bas présentent un dispositif de modulation selon le type de produit et le prix. Dix secteurs ont été définis et pour chacun une échelle de prix renvoyant à une durée de garantie correspondante. Ainsi, un réfrigérateur payé moins de 300 € ouvrira une garantie de 3 ans là où celui payé plus de 700 € permettra le bénéfice d'une garantie de 8 ans. Il est à noter que certains produits n'offrent qu'une seule garantie de 2 ans quel que soit le prix, à l'exemple des smartphones ou montres connectées.

⁸ : « Disposizioni per il contrasto dell'obsolescenza programmata dei beni di consumo ».

⁹ : « Modifiche al codice di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e altre disposizioni per il contrasto dell'obsolescenza programmata dei beni di consumo ».

¹⁰ : Sénat de Belgique, 1^{er} février 2012.

¹¹ : Chambre des Représentants, Proposition de loi relative à l'obsolescence programmée, 20 avril 2016.

- 2) La distinction majeure concerne la durée de garantie des produits d'occasion. Pour ceux-ci la durée ne peut être inférieure à un an, mais pour de nombreux pays, les durées de garantie sont égales entre produits neufs et produits d'occasion (Bulgarie, Danemark, Estonie, Grèce, Lettonie, Lituanie) et les deux pays ayant la durée de garantie la plus importante (Suède et Irlande) ont des durées similaires pour les produits neufs et les produits d'occasion. En France, la durée est également similaire pour une durée de deux ans.
- 3) La durée de présomption est généralement de six mois. Seuls cinq pays ont une durée supérieure : la Pologne, la Slovaquie et la Slovénie (12 mois) et la France et le Portugal (2 ans). Pour ces deux pays, la durée de présomption est donc égale à la période de garantie. A noter que l'Irlande qui possède une garantie légale de 6 ans ne dispose d'une durée de présomption que de 6 mois.
- 4) La moitié des états indique un délai de notification de 2 mois, il s'agit de la période suivant la constatation de la défaillance. Passé ce délai, l'acheteur ne pourrait plus prétendre à la garantie. Les autres pays font référence à un délai raisonnable, ou ne statuent pas sur le sujet.
- 5) La période de prolongement de garantie offre également des différences significatives. Ainsi, la moitié des états ne prévoient aucun prolongement de garantie pour un produit ayant été remplacé ou réparé ; la possibilité est soit exclue, soit le cas n'est pas envisagé. D'autres situations se présentent.
 - Une nouvelle période de 2 ans s'ouvre après le remplacement ou la réparation (exemple de la Grèce).
 - Une nouvelle période s'ouvre, mais ne peut au total dépasser 3 ans (Danemark).
 - La nouvelle période ne s'applique qu'au produit remplacé, pas au produit réparé (Estonie).
 - Une prolongation de la période de garantie est effectuée durant la période de remplacement ou de réparation (Irlande).
 - La prolongation de garantie en cas de réparation ne s'applique que pour la pièce réparée (Hongrie).
- 6) Il n'existe pas de zones géographiques spécifiques en matière de garantie. On distingue certes une durée de garantie supérieure dans les pays du Nord, mais ces pays sont moins en avance sur d'autres paramètres. La Grèce prévoit ainsi une garantie de 2 ans également pour les produits d'occasion et prolonge la durée de 2 années, même en cas de réparation. De même, la Pologne a un dispositif de 12 mois de période de présomption, n'a aucune obligation en matière de délai de notification et prévoit un prolongement de la durée de 2 ans en cas de remplacement du produit. La Slovénie et la Slovaquie ont toutes deux une période d'une année de délai de présomption et de 2 années de prolongement en cas de remplacement.

7) La situation en matière de garantie est contrastée en Europe et aucun état n'apparaît réellement en pointe. Ceux qui affichent une durée supérieure ne prévoient pas une proportionnalité de la période de présomption, ni de prolongement de la durée en cas de défaillance.

8) Les propositions

Questionnées sur la situation actuelle et les perspectives d'évolution, les associations de consommateurs des états de l'Union proposent les idées suivantes :

- Réduction de l'asymétrie d'information entre les entreprises et les consommateurs. Cela pourrait être obtenu par des tests comparatifs sur la fiabilité des produits et une obligation légale d'information sur les points de vente.
- Accroissement de la période de garantie pour ces produits.
- Sensibilisation des consommateurs à l'importance d'acheter des produits durables.
- Sortir du débat sur l'intentionnalité de l'obsolescence programmée pour se concentrer sur les moyens d'une meilleure durabilité des produits.
- A la question « Est-il plus important de se battre au niveau européen pour », alors que les choix proposés étaient
 - Des produits plus durables ?
 - Des produits plus facilement réparables ?
 - Les deux ?

92 % répondent « Les deux ». Toutefois, lorsque le choix est exclusif (absence de choix « les deux »), la dominante « produits plus durables » est écrasante et **la totalité des associations européennes de consommateurs ayant répondu, privilégie la durabilité à la réparabilité**. Les commentaires effectués ensuite indiquent bien que les deux sujets sont inséparables, mais qu'un produit conçu pour être durable doit minimiser le risque de panne et donc réduire l'éventualité des réparations.

- En matière d'affichage de la durée de vie d'un produit, vous semble-t-il préférable de commencer par agir sur :
 - Un ensemble de produits à partir d'un certain prix ?
 - Un produit particulier quel que soit le prix ?

La réponse est partagée : 47 % proposent la fixation d'un prix plancher pour l'indication de la durée de vie, 53 % pensent que cela doit s'effectuer quel que soit le prix.

Dans les deux cas, les répondants mettent l'accent sur la nécessaire rigueur de la méthode servant de base à l'indication de la durée de vie estimée.

3. Socle d'une ambition commune

Six éléments apparaissent en fondement d'un socle européen.

- *Une unanimité politique.* Aucun parti, en dehors des mouvements extrémistes, ne s'est révélé opposé à une ambition européenne en matière de consommation durable. La résolution du Parlement Européen du 4 juillet 2017 a été votée à 661 pour contre 32 voix contre.
- *Une unanimité des parties prenantes.* Aucune organisation européenne ne se prononce contre cette ambition. L'avis du Comité Economique et Social Européen pour lequel j'étais rapporteur a été adopté le 17 octobre 2013 par 174 voix pour et une seule voix contre¹².
- *Un soutien majeur de la population.* La réussite de l'objectif est consensuelle. A titre d'exemple, 92 % des français (et des européens) souhaitent l'affichage de la durée de vie des produits.
- *L'absence de « mauvais élève ».* Aucun état n'a d'effort majeur à accomplir pouvant lui être dommageable.
- *La majorité des pays de l'Union Européenne* sont dans une situation positive dans leurs pratiques de consommation, au moins sur l'un des items retenus.
- *L'absence de blocs.* Le point précédent rejoint celui-ci qui facilite la négociation en raison de l'absence de zones de blocage. Sur certains sujets liés à la transition écologique, on peut craindre une opposition des pays de l'Est, or celle-ci n'apparaît pas sur les problématiques de consommation. De même, sur de nombreux points, les états du Sud (Grèce, Espagne, Portugal) se révèlent en avance vis-à-vis des pays du Nord.

➤ Les actions déjà engagées

Ces actions peuvent être réparties sur deux axes.

- Celui du plan d'action pour l'économie circulaire de la Commission Européenne. La communication de la Commission Européenne « Boucler la boucle » présente le plan d'action de l'Union Européenne en faveur de l'économie circulaire (2/12/2015 Com (2015) 614). Celui-ci contient plusieurs objectifs d'encouragement à une meilleure conception visant une meilleure durabilité et réparabilité. Le plan d'action précise que « dans ses travaux futurs au titre de la directive « Ecoconception », la Commission encouragera la réparabilité, la possibilité de valorisation, la durabilité et la recyclabilité des produits »¹³. Dans le document annexe présentant le tableau des actions figure pour la rubrique consommation : « Evaluation de la possibilité d'un programme d'essais indépendants sur l'obsolescence programmée, 2018 ».

¹² : Il faut toutefois signaler que le sujet de la durée de garantie avait été soigneusement enlevé du rapport du CESE et de la résolution du PE.

¹³ : Commission Européenne, *Boucler la boucle*, 2/12/2015, p. 3.

Le programme est lancé par la DG Recherche. L'objectif est de préparer un programme d'essai indépendant afin d'intégrer les paramètres relatifs à l'obsolescence programmée. La Commission a prévu un budget entre 3 et 5 millions d'Euros de contribution. Deux axes sont actuellement explorés¹⁴.

- La méthodologie d'authentification des cas d'obsolescence programmée au niveau des différentes gammes de produits.
- L'adoption de normes nouvelles en matière d'éco conception, de réparabilité et de durabilité.

Les effets attendus de ce programme sont le développement de produits plus durables et/ ou plus facilement réparables, de marchés basés sur la durabilité, la réduction des matériaux et donc des déchets, celle de l'asymétrie d'informations entre consommateurs et fabricants en matière de durée de vie des produits. Les premiers résultats sont attendus pour 2024.

Un point sur l'état des connaissances techniques et des recherches afférentes devrait figurer dans la nouvelle communication sur les politiques des produits dans le cadre du Plan d'Action sur l'économie circulaire. Dans ce même cadre, le Conseil a adopté un train de mesures visant à promouvoir la réparabilité, la durabilité, le réemploi et le recyclage des produits. Ce plan d'action pour les déchets, présenté le 22 mai 2018, fixe de nouvelles règles relatives à la gestion des déchets et demande aux états de l'Union de prendre des mesures pour prioriser la prévention, la réutilisation et le recyclage plutôt que la mise en décharge ou l'incinération. Il est d'ailleurs intéressant de noter que ces mesures seraient en contradiction avec la directive « vente de biens » actuellement en révision, si cette dernière échouait à prioriser la réparation sur le remplacement en cas de défaillance du produit durant la période de garantie.

Le programme H2020 a prévu une recherche sur la méthodologie d'évaluation des cas d'obsolescence programmée pour cinq gammes de produits. Les propositions de recherche sont en cours d'examen et le projet devrait démarrer au premier semestre 2019.

¹⁴ : CE SC5 – 02 – 2018, Independent testing programme on premature obsolescence.

– Celui engagé au sein d'autres DG.

- La directive « vente de biens »

Cette directive 1999/44/CE du 25 mai 1999 est en cours de révision. Deux éléments sont particulièrement en débat : l'harmonisation de la durée de présomption de garantie qui passerait de six mois à un an (sachant qu'elle est de deux ans pour la France) et l'équivalence entre le remplacement et la réparation durant la période de garantie, la France plaidant la primauté de la réparation.

Selon les éléments de la réunion du Conseil du 7 décembre 2018, le délai de garantie resterait de 2 ans (harmonisation minimale), pour le délai de présomption, les états membres pourraient opter entre un délai d'un an ou deux ans (harmonisation maximale) et il n'y aurait pas de priorité de la réparation sur le remplacement.

- La directive 2009/125/CE du 21 octobre 2009 relative aux exigences en matière d'éco-conception applicable aux produits liés à l'énergie. Le plan d'action 2016-2019 prévoyait l'exploration des exigences en matière de durabilité, de réparabilité et de recyclage. Le paquet de mesures en révision concerne les réfrigérateurs, les machines à laver et à essorer, les lave-vaisselle et l'affichage électronique. Les nouvelles exigences concernent la disponibilité des pièces de rechange, la conception liée au démontage et à la réparation, aux informations mises à disposition pour faciliter le désassemblage et la réparation.

- Le projet « New deal for consumers » proposé le 11 avril 2018 vise à renforcer la protection des consommateurs, notamment sur le e-commerce ou par la généralisation des actions de groupe. Plusieurs directives pourraient être complétées grâce à ce projet qui mentionne la lutte contre les pratiques d'obsolescence programmée.

- La proposition de directive COM (2015) 634 concernant certains aspects des contrats de fourniture de contenu numérique. Celle-ci intègre la vente à distance de biens et la garantie applicable au e-consommateur.

➤ Les marges d'action

Il y a lieu de distinguer les actions selon leur capacité à être mises en œuvre rapidement.

- Les actions pouvant être menées par la France seule.

- Les actions pouvant être d'application immédiate.

Celles-ci ne résultent pas d'une décision à prendre par l'ensemble des Etats de l'Union, elles résulteraient de décisions prises par la Commission et dans le cadre des directions existantes.

- Les actions devant nécessairement faire l'objet d'un accord entre états, pour des motifs juridiques.

Mesures	France seule	Décision Commission	Décision Etats ¹⁵ (Conseil de l'Union Européenne)
1. Campagne nationale pour une consommation durable	X		
2. Introduction de critères de durabilité dans la commande publique <ul style="list-style-type: none"> ○ française ○ européenne 	X	X	
3. Augmentation modulable et progressive de la durée de garantie des produits	X		
4. Prolongation de la durée de garantie en cas de remplacement du produit	X		
5. Renforcement de l'information sur la réparabilité de produits (pièces détachées)	X		
6. Meilleur contrôle des extensions commerciales de garanties	X		
7. Lancement d'étude économique sur le coût réel de l'obsolescence programmée	X		
8. Lancement d'un programme de recherche sur les objets connectés et les imprimantes 3D en lien avec la lutte contre l'obsolescence programmée	X		
9. Mise en place, via le CNC, d'un observatoire de la consommation durable	X		
10. Lancement d'un indicateur de réparabilité	X		
11. Lancement d'un indicateur de durabilité	X		
12. Mise en place d'une éco-contribution spécifique selon la durabilité du produit	X		
13. Nomination d'un VP de la Commission en charge de la consommation durable (et de l'économie circulaire)			X

¹⁵ : Pour ce dernier point, nous n'avons pas réussi à délimiter les modalités de la prise de décision (majorité simple, qualifiée, unanimité).

Certaines actions ne sont pas indiquées dans ce tableau car elles ne dépendent pas de nouvelles décisions, mais d'une simple application des règles existantes. L'étude de 2016 de l'UFC-Que Choisir indiquait en mai 2016 que seuls 57 % des vendeurs informent leurs clients de la durée légale de 2 ans alors que l'extension de garantie payante est abordée dans 68 % des cas, souvent par des propos visant à exagérer les risques de panne.

A considérer le tableau ci-dessus, **la quasi-totalité des actions envisagées peut s'effectuer sans nécessité juridique d'un accord européen**. Les textes existants et notamment la directive 2009/125/CE sur l'éco-conception, la directive 2010/30/UE et la directive 2012/19/UE intègre les différentes possibilités d'action en mentionnant « l'extension de la durée de vie : durée de vie minimale garantie, disponibilité des pièces de rechange, modalités, évolutivité, réparabilité ». L'étude « Geplante Obsoleszenz – Vom viel zu Kurzen leben vieler Produkte » (Grünen Bundestag, août 2014) observe ainsi que « la directive sur l'éco-conception actuelle prévoit déjà la possibilité d'éliminer presque tous les effets négatifs de l'obsolescence programmée ». Par ailleurs, la directive relative à l'étiquetage 2010/30/UE permet d'autoriser des informations sur l'espérance de vie des produits.

Un point de vigilance porte sur la proposition d'instaurer un taux de TVA réduite sur les activités de réparation. La directive 2006/112/CE encadre strictement les taux. Un taux normal s'applique à l'ensemble des biens et services, mais un état membre de l'Union Européenne peut décider d'appliquer un taux réduit de 5,5 ou de 10 %. La liste des produits offrant une dérogation à la règle de l'harmonisation et permettant une TVA réduite inclut les produits de réparation, mais ceux-ci sont listés de manière minimale : bicyclettes, chaussures et articles en cuir, vêtements et linge de maison (article 106, annexe IV).

Plusieurs états ont adopté une TVA réduite sur ces activités (Belgique, Suède, Luxembourg, Malte, Pays-Bas, Pologne, Portugal et Suède). La Camif a lancé en 2017 une pétition qui a recueilli 13 000 signatures. Dans le projet de loi de Finance pour 2019, un amendement a été présenté pour appliquer cette mesure, il fut rejeté.

La question principale est donc économique et non juridique. Deux questions se posent ici :

- Une action seule de la France peut-elle engendrer des effets positivement significatifs ?

A cette question, le CGEDD a répondu négativement en 2016 en considérant le raisonnement suivant : comme la France ne « pèse au mieux que 5 % des ventes mais souvent beaucoup moins (1,3 % pour Samsung) pour des fabricants essentiellement mondiaux », la conception des produits ne serait pas modifiée par une mesure essentiellement française. La mission conclut ici à « l'impact quasi nul sur la conception de produit d'une mesure essentiellement française »¹⁶.

L'argument peut surprendre et se positionne en contradiction forte avec la politique environnementale française. Poussé à l'extrême, il aboutirait à un statu quo absolu

¹⁶ : CGEDD, « Rapport sur l'allongement de la durée de la garantie légale de conformité », août 2016, p. 24.

au regard de la place dans le monde. Appliqué aux émissions de gaz à effet de serre, il reviendrait à réduire toute ambition française : pourquoi la France devrait-elle agir contre le réchauffement climatique alors qu'elle ne contribue qu'à moins de 1 % du total des émissions mondiales ?

- Une approche ambitieuse de la France pour une consommation durable peut-elle engendrer des distorsions de concurrence défavorable aux entreprises françaises ?

Parmi l'ensemble des mesures indiquées ci-dessus, seules quatre nécessitent une analyse approfondie :

- l'augmentation de la période de garantie,
- une meilleure information du consommateur au travers d'un indice de réparabilité,
- une meilleure information du consommateur au travers d'un affichage de la durée de vie du produit,
- la mise en place d'une éco-contribution spécifique selon la durabilité du produit.

Chapitre 2

Pour un modèle économique vertueux intégrant une augmentation de la durée de garantie des produits

L'objectif d'accroissement de la durabilité des produits et de lutte contre l'obsolescence programmée avait été clairement identifié lors de la deuxième feuille de route pour la transition écologique de septembre 2013. Celle-ci mentionnait implicitement : « La France proposera à ses partenaires européens une évaluation de l'impact économique et environnemental de l'allongement de 2 à 5 ans, voire 10 ans, de la durée de « garantie légale de conformité » pour certaines catégories ciblées de produits¹⁷.

Avant d'analyser la possibilité d'un tel modèle économique, il convient de considérer les études économiques relatives aux conséquences économiques d'une élévation de la durée de garantie. Certains experts¹⁸ estiment que le coût des services de garantie peut varier entre 2 et 10 % du prix de vente selon le type des produits. De nombreux chiffres circulent en effet sans que les modèles économiques à la base soient toujours publiés. Le SIMAVELEC¹⁹, fédération des professionnels de l'audiovisuel a ainsi évalué une hausse de prix de 8 à 10 % en cas d'élévation de la durée de garantie de 2 à 5 ans. Lors des débats sur la loi du 17 mars 2014 relative à la consommation, Benoît Hamon annonça une hausse globale de 21 % en cas de passage de 2 à 5 ans. « L'augmentation d'un an de garantie supplémentaire engendrerait une hausse des prix de 7 % »²⁰.

Après avoir reconnu « beaucoup de difficultés à chiffrer ces transferts, car les chiffres avancés par les différents acteurs sont très dispersés »²¹, la mission du CGEDD d'août 2016 a estimé qu'un allongement de la garantie légale de 2 à 5 ans se traduirait par une augmentation des prix d'une douzaine de pourcents.

Aucune de ces données ne semble reposer sur une analyse économique, mais plutôt sur une simple analogie avec les extensions de garanties commerciales, de l'ordre de 7 % par an.

La plupart de ces études se sont focalisées sur la seule question de l'élasticité-prix, il sera donc nécessaire dans une seconde étape d'ouvrir vers une approche plus globale.

¹⁷ : Conférence environnementale. Deuxième feuille de route pour la transition écologique, septembre 2013, p. 6.

¹⁸ : Nataly Podalyakina, "Estimation of the relationship between the product reliability, period of their warranty service and the value of the enterprise cost", Actes de la conférence Reliability and statistics in transportation and communication, 19-20 octobre 2016, Riga.

¹⁹ : Cité par les Amis de la Terre. « Allonger la durée de vie de nos biens : la garantie a 10 ans maintenant », septembre 2016, p. 13.

²⁰ : Débat au Sénat, 23 avril 2013.

²¹ : CGEDD, « Rapport sur l'allongement de la durée de la garantie légale de conformité », août 2016, p. 4.

La baisse de la durée de vie des produits est-elle un leurre ?

Partisans et adversaires des mesures de réglementation sur l'obsolescence programmée s'opposent sur la réalité de la durée de vie des produits.

Ainsi, selon les Amis de la Terre et Zero Waste France²², la durée de vie moyenne des produits électroménagers serait de 6 à 8 ans, alors qu'elle était de 10 à 12 ans il y a 20 ans.

A l'inverse, le GIFAM avait publié une étude²³ indiquant une relative stabilité des durées de vie entre 1977 et 2010.

La Commission Européenne indique avoir constaté²⁴ lors des travaux de révision de la directive éco-conception que l'espérance de vie moyenne des lave-linge a été réduite de 15 à 12,5 ans dans les dernières décennies et qu'une proportion croissante doit être remplacée dans les 5 premières années d'utilisation.

Les études en laboratoire²⁵ indiquent clairement une baisse, mais de manière différenciée selon les produits. Ainsi sur la période 2000-2006, une hausse de 3 % a pu être observée sur les ampoules, une faible baisse (1 %) sur les aspirateurs, sèche-linge, réfrigérateurs, mais des diminutions plus sensibles sur d'autres produits (ordinateurs portables (-5 %), machines à café (-9 %), imprimantes (-11 %), fours micro-ondes (-15 %). De même, une étude allemande de 2016²⁶ indiquait qu'entre 2004 et 2014, une réduction d'une année de durée de vie avait été observée sur les réfrigérateurs et les lave-linge.

En Norvège, un rapport commandité par l'association des consommateurs a indiqué en 2017 que la durée de vie moyenne des réfrigérateurs et des congélateurs avait diminué de 1,5 an en 9 ans. L'Institut National de la Recherche sur la Consommation, en lien avec l'Université d'Oslo, a comparé les chiffres de 1998 à ceux de 2017 et a conclu à une diminution de 7,7 à 6,3 ans pour les réfrigérateurs, et de 9,4 à 7,7 ans pour les congélateurs.

Lors des entretiens que nous avons eus avec l'Ademe²⁷, il a été fait mention d'une « obsolescence programmée ressentie ». La durée de vie des ampoules est de 8 ans, elle a cru significativement avec les ampoules basse consommation, mais comme chaque foyer en possède plus qu'avant, il a l'impression qu'il doit les remplacer en permanence.

²² : Amis de la Terre et CNID, « L'obsolescence programmée, symbole de la société de gaspillage », septembre 2010.

²³ : GIFAM, « La durabilité des gros appareils ménagers », Communiqué de presse, 21 juin 2011.

²⁴ : Pierre Henry, Commission Européenne, DG Environnement. « Sustainable consumption : tackling premature obsolescence », Intervention CESE, 30/11/2018.

²⁵ : F. Wang, J. Huismann, A. Sterels et C. Baldu, "Enhancing e-waste estimates: Improving data quality by multivariate input-output analysis", *Waste Management*, n°33, (11), 2013.

²⁶ : S. Prakash, G. Dehoust, M. Gsell, T. Schleicher et R. Stamminger, "The influence of product's service time on their environmental impact", Umweltbundesamt, n°11, 2016.

²⁷ : Marc Chevery, Jean-Charles Coudron, Marie Hervier, Erwann Fangeat, Pierre Galio, Ademe, 11 septembre 2018.

I. Etudes relatives aux effets économiques des augmentations de garantie

1. UFC Que Choisir

- L'étude « Extension à 2 ans de la garantie légale » (mai 2016) indique en premier lieu qu'une augmentation de la durée de garantie aura pour conséquence une baisse des marges distributeurs sur les extensions de garanties. Ces marges, selon un expert cité, seraient de 50 %.
- Cette étude indique que, alors que dans les discussions relatives à la loi Hamon sur l'élévation de la durée de présomption de 6 mois à 2 ans, « certains industriels ont fait valoir un surcoût qui serait répercuté sur les consommateurs », cette augmentation du coût n'a pas eu lieu. Se basant sur 3 catégories de produits (lave-linge, réfrigérateur, machine expresso), l'UFC-Que Choisir peut écrire : « Les évolutions indicielles des prix des 3 produits montrent que l'effectivité de l'extension à 24 mois de la garantie légale de conformité n'a pas eu de conséquence sur la dynamique des prix des biens étudiés, qui ont plutôt baissé les mois suivants » (p.15).
- Contrairement à une idée reçue, tout au moins pour la filière électroménager, l'apparition des premières pannes intervient plutôt dans les deux premières années après la vente du produit ». Par conséquent, au regard du taux de sinistralité, une augmentation de la durée de garantie de 2 à 5 ans concernerait moins d'appareils que celle sur les deux premières années » (p. 16).
- Dans l'hypothèse d'une augmentation de la garantie de 2 à 5 ans et testée sur 3 produits électroménagers, (lave-linge, four, réfrigérateur), **celle-ci n'entraînerait qu'une augmentation de prix du bien comprise entre 1 % et 2,9 % du prix du bien**. L'étude conclut que cette hausse mesurée serait vraisemblablement couverte pour le consommateur par les gains économiques liés à la diminution du renouvellement et à la gratuité de la réparation.

2. **Une étude allemande** publiée en 2016²⁸ s'est focalisée sur la directive 1999/44/EC relative aux garanties et qui devait être transposée avant janvier 2002. Les auteurs voulaient valider l'hypothèse que l'augmentation de la durée de garantie entraînerait un accroissement des prix. Réalisée sur plusieurs états de l'Union Européenne, l'étude a considéré les taux d'inflation entre 1998 et 2002 et a comparé les prix avec ceux pratiqués sur les plates-formes numériques qui n'étaient pas concernés par les directives. Cette étude a observé que le taux d'inflation des produits concernés par la directive (biens de consommation) était inférieur au taux officiel : « Entre 1998 et 2004, les prix des différents types de produits de consommation n'ont pas augmenté ». A l'inverse, une légère baisse a été observée. Ce résultat a été mis en évidence pour tous les états analysés sans différences significatives entre eux. La conclusion est sans ambiguïté : « **Sur la période analysée, aucun impact**

²⁸ : Killian Bizer, Martin Fuehr, Till Proeger, Die Oekonomischen auswirkungen einer Verbesserung der deutschen Gewährleistungsrechts, 20/9/2016.

négalif d'un accroissement des droits de garantie sur le prix des produits de consommation ne peut être trouvé ».

3. L'étude de l'IISE

Le journal de l'Institut de l'industrie et des systèmes d'ingénierie a publié en 2006 un article relatif à la délimitation d'un optimum de robustesse en étudiant la relation entre la garantie et le prix du produit²⁹. Les auteurs notent qu'une garantie élevée fournit un signal de robustesse et donc de confiance vers le consommateur : « **De meilleures conditions de garantie ont pour résultat un accroissement des ventes** ». Le prix d'une meilleure conception décroît avec le volume des ventes qui a pour effet de réduire le prix du produit.

4. L'étude de Palfrey et Romer ³⁰

Cette étude est une des plus anciennes que nous avons pu analyser. Publiée à l'occasion de la conférence « Approche empirique d'une économie de la protection des consommateurs » (avril 1984), elle ne décèle **aucune corrélation directe entre la période de garantie et le prix du produit**. Selon les auteurs, divers paramètres ont une influence forte, à l'exemple de la réputation de l'entreprise, des informations diffusées ou du comportement du vendeur.

5. L'étude du CES Européen ³¹

Le Comité Economique et Social Européen a publié le 26 mars 2016 une étude que j'avais commanditée après un appel d'offres européen : « Les effets de l'affichage de la durée d'utilisation des produits ». Cette étude n'intégrait pas la notion de garantie, mais seulement celle de l'information relative à la durée de vie estimée du produit. Réalisée sur 4 zones géographiques (France, Benelux, Espagne, République Tchèque), l'étude a concerné 3 000 consommateurs. Un faux site de e-commerce avait été conçu et les participants avaient pour mission de faire quelques achats comme en situation réelle. Pour ne pas biaiser les résultats, l'enquête ne précisait pas son objet réel, les participants ne savaient donc pas qu'il s'agissait d'étudier leur comportement face à une information relative à la durée de vie des produits. Neuf types de produits furent testés (valise, imprimante, cafetière, aspirateur, smartphone, pantalon, chaussures de sport, téléviseur, lave-linge).

²⁹ : Hong-Zhong Huang, Zhi-Jie Liu et D.N.P. Murthy, "Optimal reliability, warranty and price for new products, *IIE Transactions*, volume 39, Issue 8, Mai 2007, p. 819-827.

³⁰ : Thomas R. Palfrey et Thomas Romer, « An experimental study of Warranty Coverage and dispute resolution in Competitive markets », *Federal Trade Commission*, 26-27 avril 1984, p. 307-à 373.

³¹ : Comité Economique et Social Européen, « The influence of lifespan labelling on consumers », Etude réalisée par le cabinet Sircome, l'Université de Bretagne Sud et l'Université de Bohême.

Les résultats indiquent :

- **l'information sur la durée de vie a une influence sur les décisions d'achat.** En moyenne, les ventes d'un produit sur lequel on affiche une durée de vie supérieure aux produits concurrents ont augmenté de 13,8%.
- Sur les 9 produits testés, des effets significatifs ont été observés sur 8, seules les simulations d'achat de téléviseurs n'ont pas démontré d'impacts. Les valises et les imprimantes sont les produits sur lesquels l'affichage a la plus grande influence.
- **90% des participants déclarent être prêts à payer plus cher un produit similaire disposant d'une durée de vie supérieure de 2 ans.** En moyenne, ils déclarent être disposés à payer 102 € de plus pour cette garantie pour un lave-vaisselle dont le prix se situerait entre 300 et 500 €.
- Les personnes les plus sensibles à l'argument relatif à la durée de vie sont plutôt des femmes, ayant entre 25 et 35 ans, et dont le revenu moyen est supérieur à la moyenne nationale.

Cette étude, rappelons-le, n'évoquait pas la garantie légale. Elle est toutefois pertinente au regard de notre mission puisqu'elle atteste que la perception d'une durée plus longue est vertueuse pour les pratiques de consommation. Alors que les études précédentes ont démontré l'absence d'impact, ou à tout le moins d'impact significatif, sur le prix du produit, notre étude démontre que le consommateur est prêt à payer plus cher (*willingness to pay*) un produit perçu comme plus durable. Elle démontre également **une modulation des pratiques en fonction des types de produit**, ce qui peut plaider pour des augmentations de garantie en fonction des produits. Elle relance in fine le débat sur le meilleur choix des politiques publiques : un affichage de la durée de vie estimée du produit, validée par une autorité publique, peut se révéler tout aussi efficace, sinon plus, pour l'ensemble des acteurs, qu'une extension de garantie.

II. Etudes générales permettant une meilleure compréhension

1. La compréhension par les consommateurs de la durée de vie des produits

Si l'on s'écarte des études déclaratives par sondage, la réalité des pratiques des consommateurs indique que ceux-ci prêtent peu d'attention à la durée de vie des produits. Plus d'un tiers des appareils électriques et électroniques sont jetés en état de fonctionnement. Par ailleurs, un grand nombre de produits sont achetés sur impulsion (plus de 50 % pour les chaussures). Une prolongation générale de la durée de vie des produits n'apparaît pas ainsi comme une solution optimale. L'étude « Consumer understanding of product lifetimes »³² indique que, dans l'esprit du consommateur, un produit durable est un produit qui ne tombera pas en panne durant sa période de possession, mais pas nécessairement au-delà. La notion de fiabilité l'emporte sur celle de durabilité.

³² : Jayne Cox, Sarah Griffith, Sara Giorgi et Geoff King, "Consumer understanding of product lifetimes" *Resources, conservation & Recycling*, n° 79, 2013, p. 21-29.

La recherche permet de faire apparaître quelques différences sociologiques (une plus grande attention à la durabilité chez les seniors), mais globalement observe que « les consommateurs ressentent une forte pression sociale au renouvellement des produits »³³.

L'acquisition de produits récents apparaît pour beaucoup comme un marqueur social fonctionnant comme un indicateur de réussite. Très peu de consommateurs envisagent l'impact environnemental des produits achetés, il existe une déconnexion forte entre la sphère de la consommation et celle de l'environnement.

Les auteurs préconisent une typologie autour de trois gammes de produits :

- *Up to date*. Ce sont ceux qui jouent le plus grand rôle en termes d'identité sociale. Les habits, smartphones³⁴, petit électroménager, lampes entrent dans cette catégorie de produits pour lesquels la notion de durée importe peu.
- *Workhouse*. La durée d'utilisation est liée à la fiabilité, le produit est conservé jusqu'à ce qu'il tombe en panne. Le gros électroménager entre dans cette catégorie.
- *Investment*. Ces produits sont souvent onéreux et portent une dimension émotionnelle, ils sont réparés en cas de panne.

Pour la plupart des consommateurs, le jugement sur la durabilité et la fiabilité s'effectue sur la considération de la marque et du prix. Ils ignorent en général comment faire réparer les produits ou même les donner pour une réutilisation par autrui. La demande principale porte sur la garantie, sur la robustesse et vraisemblablement, en l'absence de critères fiables, sur les possibilités effectives de réparation.

Les auteurs concluent ainsi « **Améliorer uniquement la durabilité des produits rend peu probable un changement effectif vers une consommation responsable qui permettrait de faire face aux engagements de réduction des gaz à effet de serre et qui permettrait de protéger l'économie vers la future raréfaction des ressources** »³⁵.

2. La perception de la durabilité par les consommateurs

Une étude sur 18 types de produits³⁶ auprès de 2.207 consommateurs britanniques, s'est attachée à l'importance des critères d'achat en incluant les

³³ : op. cit. : p. 24.

³⁴ : L'étude de Nina Tröger et al, indique que les consommateurs changent plus souvent leur smartphone que leur T-shirt, in Nina Tröger, Harald Wieser et Renate Hübner, Smartphones werden häufiger ersetzt als T-Shirts : die Nutzungsmuster und Ersatzgründe von KonsumentInnen bei Gebrauchsgütern, 2017.

³⁵ : op. cit. : p. 27.

³⁶ : Alex Gnanapragasam, Christine Cole, Jagdeep Sing et Tim Cooper, "Consumer perspectives on longevity: a national study of purchasing factors across eighteen product categories", 25th CIRP Life cycle engineering conference, 30 avril - 2 mai 2018, Copenhague.

paramètres de la garantie, de la longévité et de la fiabilité. L'échelle s'effectue sur quatre niveaux :

- non significatif
- modérément
- beaucoup
- extrêmement.

Les résultats indiquent que le critère de la longévité apparaît « extrêmement » important pour 7 catégories de produits : les voitures, les biens électroniques, la moquette, les meubles, les gros appareils de cuisine, les appareils de chauffage et climatiseurs, les outils pour la maison et le jardin³⁷. Pour les véhicules, le qualificatif « extrêmement » était appliqué au prix, et la marque recueillait le qualificatif « beaucoup ».

S'agissant de la garantie, celle-ci ne recueillait aucun qualificatif « extrêmement », 11 produits recevaient celui de « beaucoup ».

Le qualificatif de fiabilité a été appliqué à 8 reprises sur les produits (vélos, véhicules, biens électroniques, horlogerie, gros appareils de cuisine, outillage, petits appareils ménagers, chauffage et climatiseurs).

Si l'on croise l'ensemble des résultats, on observe que « **les facteurs médians d'achat sur 18 catégories de produits insistent constamment sur l'importance de la durabilité et la fiabilité.** Ces deux facteurs obtiennent le plus grand nombre de « très important » et de « extrêmement important » en comparaison des quatre autres facteurs »³⁸.

Les auteurs suggèrent en conséquence que les efforts liés à l'augmentation de la durabilité et de la fiabilité soient concentrés sur les secteurs pour lesquels l'impact est significatif sur le consommateur.

Trois remarques conclusives peuvent être apportées.

- Le défaut de cette étude est qu'elle ne considère que des intentions, or celles-ci sont souvent infirmées par l'observation des pratiques effectives. Il reste que l'absence actuelle d'information ou de label sur la durabilité ou la fiabilité ne facilite pas la conversion des intentions en comportement effectif.
- Dans l'hypothèse de concentrer les efforts sur les produits pour lesquels « durabilité » et « fiabilité » sont déterminants pour le consommateur, il serait bon de pondérer le choix des secteurs avec celui de paramètres objectifs comme l'empreinte environnementale (consommation de ressources et d'énergie).
- L'action devait être accompagnée par des encouragements au bon entretien des produits, à leur maintenance, leur réparation et leur partage via la consommation collaborative. Les auteurs utilisent le terme de « durabilité

³⁷ : Le gros électroménager, les smartphones ne figuraient pas dans la liste.

³⁸ : op. cit. : p. 913.

émotionnelle » pour signifier l'attachement des consommateurs qui pourrait être soutenu aux produits qu'ils achètent afin de permettre une plus longue durée de vie des produits.

3. Durabilité réelle ou souhaitée

Une étude publiée en 2016³⁹ permet de mieux cerner les termes employés et dépasser le simple déclaratif. Les auteurs distinguent :

- la durée de vie attendue ; celle-ci représente la durée pendant laquelle le consommateur entend utiliser le produit.
- La durée de vie idéale ; elle représente l'idéal d'espérance de vie du produit.
- La durée de vie estimée ; elle représente la durée de vie du produit estimée par le consommateur.

Appliquée à quatre catégories de produits, l'étude indique que la durée de vie idéale est toujours supérieure à la durée de vie attendue et la durée de vie estimée.

Observation intéressante : « après quatre années d'utilisation, la durée de vie espérée restante du produit est supérieure à celle de produits plus récents »⁴⁰, ce qui tend à indiquer un attachement au produit après une certaine durée de possession.

Cette étude confirme une étude de 2015⁴¹ où **un important décalage entre l'expérience de vie souhaitée des produits et l'estimation de la durée de détention par son possesseur peut se révéler important**. Les consommateurs souhaitent une durée de vie de 15 ans pour une voiture, mais n'envisagent de la posséder que seulement 7 ans, ils souhaitent des téléphones portables qui dureraient 5 ans, mais n'envisagent pas de les posséder plus de 3 ans.

4. Culture du jetable et durée de vie des produits

Tim Cooper, du centre de la consommation durable de l'université de Sheffield a proposé en 2005 une réflexion qui demeure totalement pertinente.⁴²

Il rappelle d'abord la définition de la consommation durable proposée en 2002 par l'OCDE en écho à celle de Gro Harlem Brundtland : « La consommation de biens et de services qui répond aux besoins fondamentaux et à la qualité de vie sans mettre en danger les besoins des générations futures ». Cette définition

³⁹ : Masahiro Oguchi, Tomohiro Tasaki, Ichiro Daigo, Tim Cooper, Christine Cole, Alex Gnanapragasam, "Consumers' expectations for product lifetimes of consumer durables", *Electronics goes green*, Berlin, 7-9 septembre 2016.

⁴⁰ : op. cit. : p.4.

⁴¹ : Harold Wieser et al., "The consumer's desired and expected product lifetimes", Plate-conferences Nottingham, 2015.

⁴² : Tim Cooper, "Slower Consumption. Reflections on Product Life Spans and the 'Throwaway Society'", *Journal of Industrial Ecology*, 2005, vol. 9, number 1-2.

qui synthétisait une première délimitation de la consommation durable élaborée en 1994⁴³ rappelait l'importance des pratiques de consommation en lien avec le développement durable. Tim Cooper rappelle également que, dès 1997 dans le facteur 4, Von Weizäcker pointait l'importance de la durabilité des produits comme « un des facteurs les plus évidents pour réduire les déchets et accroître la productivité des matériels »⁴⁴.

En référence au mouvement *slow food*, il propose un mouvement « *slow consumption* » qui interpelle le sous-entendu des politiques publiques, à savoir qu'un accroissement des consommations implique un accroissement du bonheur. La « consommation lente » signifie un ralentissement du rythme de consommation par un accroissement de la durabilité des produits conjugué à une meilleure attention des consommateurs envers ceux-ci.

Trois sphères apparaissent alors :

- l'éco-efficacité permettant une réduction des matières premières et de l'énergie utilisée,
- l'accroissement de la durée de vie du produit,
- la « *slow consumption* » par une augmentation de l'attention (« prendre soin ») portée aux produits.

L'auteur observe que pour déterminer la durée de vie optimale d'un produit, de nombreux travaux restent à fournir, notamment dans la détermination du poids de l'impact relatif entre la réduction énergétique et celle des déchets.

Il indique également que les consommateurs sous-estiment fortement le coût total d'un produit si celui-ci inclut les dépenses liées à la consommation énergétique.

Il cite une étude conduite en 1998 et 1999 en Grande-Bretagne concluant que plus de la moitié (57 %) des appareils possédés dans un foyer ont moins de 5 ans et presque 9 sur 10 (88 %) ont moins de 10 ans.

Élément particulièrement intéressant de cette étude, une question spécifique était posée sur les réticences à l'acquisition de produits plus durables. Les résultats indiquent que la crainte d'apparaître dépassé (*out of date*) est partagée par 30 % des consommateurs alors que l'argument du prix n'apparaît qu'ensuite (23 %).

Ce résultat est confirmé par une autre étude⁴⁵ analysant la consommation durable sous l'angle des valeurs. Celle-ci opère une distinction par secteurs en observant que certains échappent à toute perception d'obsolescence programmée, à l'exemple de l'habillement où la connotation principale est de « self-gratification ».

⁴³ : Oslo Roundtable on sustainable production and consumption, "Defining Sustainable consumption", 1^{er} février 1994.

⁴⁴ : op. cit. : p. 52.

⁴⁵ : L. Piscicelli, T. Cooper & T. Fisher, « Understanding consumer influences on product lifetimes: the individual-practice framework », Plateconference, 2015.

5. Compréhension de la durée de vie des produits et de la durabilité

Cette étude⁴⁶ a été lancée en 2011 par le département de l'environnement, de l'alimentation et des affaires rurales de la Grande-Bretagne. Elle apporte notamment les éléments de compréhension suivants :

- L'espérance de vie souhaitée des produits baisse. Entre 2000 et 2011, elle passe de 10 à 7 ans pour les téléviseurs, de 6 à 4 ans pour les ordinateurs et de 4 à 2 ans pour les téléphones mobiles.
- L'espérance de vie souhaitée des produits diffère fortement. Elle est de 2 ans pour les vêtements, de moins de 5 ans pour les appareils électroniques et le petit électroménager, entre 5 et 10 ans pour les machines à laver, la moquette, les canapés, lits, rideaux. Seuls les lave-vaisselle, cuisinières, réfrigérateurs ont une durée de vie souhaitée de plus de 10 ans.
- La fiabilité apparaît un critère plus important que la durabilité.

Cette étude apporte également quelques préconisations :

- reconnaître l'importance pour le consommateur d'apparaître *up to date* et essayer de construire une norme sociale autour du caractère « fautif » du jetable.
- Aider le consommateur à réduire le risque d'un choix erroné en lui fournissant une information claire sur la durabilité et la réparabilité des produits.
- Mettre l'accent sur la valeur réelle du produit (le prix d'usage).

⁴⁶ : *Public understanding of product lifetimes and durability*, Defra-Brook Lyndhurst, 2011, 102 pages.

6. L'étude de Loughborough University, 2017

Cette étude⁴⁷ s'est concentrée sur le discours des individus lorsqu'ils évoquent la relation avec leurs produits. Ainsi, la perception d'une « panne » est majoritairement perçue non comme une absence totale de fonctionnement, mais comme une simple réduction des capacités ou un déclin de la performance. Prenant l'exemple des aspirateurs, les auteurs indiquent que ceux-ci sont souvent remplacés en raison d'une baisse de performance, en l'occurrence une baisse de la puissance d'aspiration, et ce alors même qu'il est aisé de nettoyer ou remplacer les filtres. **La baisse de performance apparaît comme le premier facteur de remplacement d'un produit.**

Ces résultats rejoignent ceux de l'enquête Ademe relative à l'autoréparation qui indiquait que pour les smartphones, 25 % des français souhaitaient en changer dès les premiers signes de faiblesse⁴⁸.

Les auteurs ont synthétisé l'ensemble des perceptions dans le tableau suivant.

⁴⁷ : E.L. Dewberry, L. Sheldrick, M. Sinclair, M. Moreno et C. Makatsoris, Developing scenarios for product longevity and sufficiency, Loughborough University Institutional Repository, 2017, p. 108-113.

⁴⁸ Ademe, Spareka et Opinion Way, « Perceptions et pratiques des français en matière d'auto-réparation », Synthèse, novembre 2017, page 6.

Motivations et obstacles à la réparation

A quel moment un produit est-il considéré « en panne » ?	Qu'est-ce qui fait qu'un produit vaut la peine d'être réparé ?	Pourquoi vous ne réparez pas vous-mêmes ?	Quels sont les principaux obstacles à la réparation ?
<ul style="list-style-type: none"> - Quand il ne fonctionne plus comme avant. - Quand il ne peut plus faire ce pourquoi il a été acheté. - Quand la fonction principale ne marche plus. - Quand il devient difficile de le faire marcher. - Quand il fonctionne moins bien. - Quand la qualité et la performance décroissent. 	<ul style="list-style-type: none"> - Un produit avec un attachement émotionnel. - Une grande familiarité avec ce produit (habitude d'utilisation, crainte de ne pas maîtriser un nouveau). - Moins cher de réparer que d'acheter un produit neuf. - Les produits pas chers ne valent pas la peine d'être réparés. 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de connaissances. - Manque de temps. - Il est plus facile d'acheter un nouveau produit. - Ne pas posséder les outils pour réparer. - Préoccupations concernant l'annulation de la garantie. - Crainte que le produit ne fonctionne plus du tout. 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque d'accès aux pièces de rechange. - Composants obsolètes. - Manque de compétences relatives aux pièces de rechange requises. - Perception que le produit n'est pas conçu pour durer ou être réparé. - Les produits ne sont pas conçus pour être démontés. - Il est difficile d'ouvrir les produits pour réparer. - Les produits non entretenus sont considérés comme jetables.

7. L'étude *Que choisir* sur la fiabilité Electroménager

Dans son numéro d'octobre 2018, *Que choisir*⁴⁹ a effectué une étude sur quatre appareils électroménagers (lave-linge, sèche-linge, lave-vaisselle et réfrigérateur-congélateur). 51 223 avis des consommateurs ont été recueillis.

Trois informations apparaissent particulièrement :

- pour chaque type d'appareils, les possibilités de panne par type de problème sont bien connues.
- Un grand nombre de pannes pourraient être évitées par une meilleure utilisation de l'appareil,
- Le prix n'est pas à lui seul un critère de fiabilité et des marques d'entrée de gamme peuvent avoir des performances remarquables : « Preuve que la fiabilité à bas prix existe »⁵⁰.

8. L'engagement des consommateurs dans l'économie circulaire

Cette étude a été lancée par la DG Just et les résultats ont été publiés le 23 octobre 2018. Elle a porté sur la plupart des états de l'Union Européenne en considérant plusieurs types de biens : aspirateurs, machines à laver, TV, smartphones, vêtements.

Elle a mis en évidence un décalage entre une volonté forte d'engagement et des pratiques observées assez faibles.

La majorité des répondants indiquent ainsi posséder leurs biens pour une longue période (93 %) et les réparer s'ils tombent en panne (64 %). Un européen sur trois déclare acheter des produits d'occasion.

La réalité des engagements demeure toutefois assez réduite et si les facteurs d'âge ou de catégorie socio-professionnelle n'apparaissent pas déterminants, des différences substantielles existent selon les pays. Le taux de non-réparation le plus élevé est constaté au Danemark (56 %) et le plus bas (25 %) en Roumanie. Les pratiques de location ou d'achat d'occasion demeurent faibles, les répondants indiquant lors des entretiens préférer posséder leurs propres produits.

De manière logique, l'intérêt à la durabilité et à la réparabilité est associé aux produits chers et l'est moins pour les produits liés à la mode (vêtements, smartphones).

Dans l'esprit du consommateur, la durabilité est associée à la qualité, et la réparabilité à la disponibilité des pièces de rechange. Découverte importante ;

⁴⁹ : Morgan Bourven avec Gregory Caret, "Des produits bientôt plus durables », *Que choisir ?*, octobre 2018, p. 22 à 25.

⁵⁰ : op. cit. : p. 23.

pour les consommateurs européens, la réparabilité est jugée moins essentielle que la durabilité.

L'étude indique **que les obstacles à la réparation sont d'abord la croyance en un coût trop élevé, suivi de la préférence d'achat d'un nouveau produit ou le sentiment du caractère trop ancien du précédent produit.** Une minorité invoque le sentiment de ne pas savoir comment faire pour que le produit soit réparé ou celui de l'effort trop important pour effectuer la réparation.

Enfin, un lien est clairement démontré entre l'information disponible en la matière et les pratiques observées. « Un des principaux résultats de cette étude est **l'impact positif de la présence d'une information sur la durabilité du produit sur les décisions d'achat du consommateur** »⁵¹. Les consommateurs sont alors presque trois fois plus enclins à choisir des produits avec la meilleure durabilité et plus de deux fois à choisir des produits avec les meilleures possibilités de réparation. L'information sur la durabilité est le facteur déterminant et **les meilleurs résultats sont atteints lorsque l'information sur la durabilité se conjugue à celle sur la réparabilité.**

Trois recommandations sont effectuées au regard des résultats :

- Mieux sensibiliser le consommateur aux enjeux environnementaux des pratiques de consommation,
- Améliorer les possibilités de réparation,
- Renforcer l'information sur la durabilité et la réparabilité.

9. Les recherches menées à la LSM

Les recherches menées au sein de la Louvain School of Management (Université catholique de Louvain) sous la direction du professeur Valérie Swaen apportent trois nouvelles informations majeures :

- Aucune différence significative de comportement lié à l'affichage de la durée de vie d'un produit n'est détectée entre des individus se définissant comme essentiellement « tournés vers le présent » et les autres.
- Quelle que soit la durée de vie indiquée, la présence de l'information relative à la durée de vie améliore de façon générale l'intention d'achat du consommateur.
- L'indication de la durée de vie du produit a davantage d'influence sur le comportement du consommateur lorsque les prix sont faibles et moins s'ils sont élevés.

⁵¹ : Commission Européenne, "Behavioural study on consumer's engagement in the circular Economy", *Final Report*, octobre 2018, p. 132.

10. Autres études

Bien d'autres recherches existent qui permettent de mieux comprendre les différents aspects de l'obsolescence programmée. Six sont ici sélectionnées.

- Nicole van Nes, chercheuse aux Pays-Bas a mis en évidence quatre modèles d'éco-conception pouvant favoriser une plus grande durée de vie des produits⁵².
 - La fiabilité et la robustesse ;
 - La réparation et la maintenance, et ceci dans deux objectifs : rendre cela « fun », soit facile. Dans ce dernier cas, les possibilités sont multiples (pièces de rechange facilement démontables et réinstallables, détection rapide (voire automatique) des pièces défectueuses, commande facile des pièces de réparation par Internet, ...) ;
 - L'upgradeabilité ;
 - L'attachement émotionnel au produit, notamment par sa personnalisation au moment de l'acquisition ou durant son utilisation (adjonction de nouveaux éléments).

- David Massé, Simon Borel et Damien Demailly⁵³ ont mis en évidence que **la pratique consistant à jeter des produits en parfait état de marche était majoritairement vue comme concernant « les autres »**.

- Dominique Kreziak, Isabelle Prim-Allaz et Elisabeth Robinet⁵⁴ ont cherché à comprendre les freins à la réutilisation de certains objets. L'étude montre que 88 % des téléphones qui sont remplacés fonctionnent encore. Sachant que 25 millions de téléphones portables sont vendus chaque année en France, cela entraîne un nombre de mises au rebut significatives, pour lesquelles le consommateur n'a pas conscience des conséquences environnementales. Ainsi les téléphones portables non utilisés permettent peu de nouveaux usages puisqu'ils sont souvent stockés pour des raisons diverses (attachement sentimental, perception de sécurité des données, don hypothétique à un proche).

- Michelle Dobré et Maxime Cordellier⁵⁵ ont analysé les trajectoires des produits avant de devenir des déchets. Ils ont mis en évidence quatre styles d'attitude de consommation (minimaliste précaire, opulent, stockeur et précaire). Ce projet mené en parallèle d'une autre recherche financée par le ministère de l'environnement⁵⁶ indiquait que toute campagne d'information

⁵² / Nicole van Nes, "Understanding replacement behaviour and exploring design solutions", in Tim cooper, *Longer Lasting Products*, Gower, 2010, p. 107-132.

⁵³ : David Massé, Simon Borel et Damien Demailly, Comprendre l'économie collaboratrice et ses promesses à travers ses fondements théoriques », Projet Pico IDDRI, Working paper n°5, 15 juillet 2015.

⁵⁴ : Dominique Kreziak, Isabelle Prim-Allaz et Elisabeth Robinet, « Des tiroirs pleins de téléphones portables remplacés : consommateurs et objets à obsolescence perçue », Projet Coop Ademe, juin 2017.

⁵⁵ : Michelle Dobré et Maxime Cordellier, « Fin de vie des objets : des pratiques différenciées selon le style de vie », 2014.

⁵⁶ : Le projet Moderato. Modes de vie innovants et tactiques de résistance à l'accélération du rythme quotidien, mai 2014.

sur la durée de vie devait prendre en considération des sensibilités différentes.

- Maud Herbert et Isabelle Collin-Lachaud se sont attachées aux mécanismes transformatifs de la consommation collaborative. Leur recherche est éloignée de celles portant sur la durabilité, mais certains résultats peuvent interpeller la décision et la communication autour d'un soutien aux dynamiques de durabilité. Les auteurs indiquent ainsi que les activités de consommation collaborative s'interprètent essentiellement selon une grille d'analyse consumériste. La logique ne s'effectue pas dans une vision alternative de la consommation et encore moins dans un rejet de celle-ci, mais dans une logique essentiellement économique et financière : « faire des économies, gagner de l'argent, accéder à des possessions matérielles »⁵⁷.
- Alex Gnanapragassam⁵⁸ a observé une relative satisfaction des consommateurs par rapport aux durées de vie des produits, généralement entre 75 et 85 %, selon les types de produits. Les taux d'insatisfaction les plus élevés concernent le petit électroménager et les chaussures. Le chercheur a également constaté un déclin dans les espérances de vie souhaitées pour les produits comme si les consommateurs se résignaient à cette diminution de la durabilité.

Un effet de halo a pu être mis en évidence : une expérience négative avec un produit affecte les attentes en matière de durabilité pour d'autres types de produit.

- Tim Cooper et quatre autres chercheurs ont effectué une étude focalisée sur la durabilité des aspirateurs⁵⁹.
L'étude indique que près de la moitié des utilisateurs ne réagissent pas si leur aspirateur montre des signes d'échauffement. Cette même proportion est constatée s'agissant de ceux qui vérifient si la tête d'aspirateur est « libre de poils ou cheveux ou de saletés » et deux tiers des utilisateurs pensent qu'un aspirateur ne nécessite aucun entretien. **Nos entretiens confirment un « manque de soin » envers les produits**⁶⁰. Le responsable de la politique services de Fnac-Darty, premier réparateur de France, nous indiquait qu'un produit rapporté sur deux n'était effectivement pas en panne (tuyau bouché, reboutage, entartrage) au sens où aucune pièce de rechange n'est nécessaire pour le remettre en état normal de fonctionnement.

⁵⁷ : Maud Herbert et Isabelle Collin-Lachaud, « Pratiques collaboratives et habitus consumériste : une analyse des mécanismes transformatifs de la consommation collaborative », *Recherches et applications en marketing*, vol. 32 (1), 2017, p. 49.

⁵⁸ : A. Gnanapragassam et al., "Consumer perspectives on product lifetimes: a national survey of lifetime satisfaction and purchasing factors". Plate (Product Lifetime and The Environment), conference Delft, 2017.

⁵⁹ : Cooper T., Fisher T., Harmer L., Salvia G. & Barr C. "Dirt, damage, servicing and repair. Understanding motivations for product disposals". Report for Defra, 2016.

⁶⁰ : Entretien avec Régis Koenig, responsable de la politique extérieure services Fnac-Darty, 25/9/2018.

A la suite des résultats observés, l'auteur de l'étude a pu conclure : « **Il serait inutile de réclamer des produits plus durables s'ils ne sont pas entretenus par les consommateurs** ».

III. Pour un modèle économique favorable à la consommation durable

Un accroissement de la durée de garantie des produits aura des incidences sur de nombreux aspects et toute décision doit dépasser la simple question de l'élasticité/prix pour envisager le sujet dans sa globalité. En dehors même de l'impact sur le consommateur ou l'entreprise, quelles sont les conséquences pour la France ?

I. Les conséquences économiques

C'est là le sujet central. Dans sa note de positionnement d'octobre 2018, le MEDEF « rappelle sa ferme opposition à l'extension de cette durée au-delà de 2 ans »⁶¹. Il reprend en cela les arguments recensés par le rapport du Gouvernement au Parlement d'avril 2017 qui faisait état de nombreuses conséquences négatives : « augmentation des coûts, fragilisation de distributeurs proposant des extensions de garantie, distorsion de concurrence et déplacement des achats à l'étranger, frein au renouvellement technologique »⁶². Une augmentation de la durée de garantie, par exemple de 2 à 5 ans, serait-elle dommageable aux entreprises françaises ? Les paramètres du débat sont les suivants :

- Le partage du coût
Une garantie à 5 ans suppose des produits plus robustes. Cela entraîne de revoir les modèles de conception et donc un accroissement du prix. Il est probable que les prix augmentent et qu'une partie du surcoût serait payée par les consommateurs. Cette augmentation n'est toutefois pas établie et quand bien même elle surviendrait, on peut estimer que les consommateurs en auraient la compréhension par la considération du prix d'usage réel. **Les produits durables sont globalement moins onéreux en coût total que des produits peu robustes.** En outre, l'éventuelle augmentation du prix pourrait être compensée par l'absence de coûts de réparation durant la période allongée de garantie. L'entreprise économisera par ailleurs en dépenses publicitaires en raison d'une période augmentée entre le lancement des produits.
- La fragilisation des distributeurs
Aucune donnée précise ne nous a été communiquée. Il apparaît selon les recoupements que le principal motif d'opposition à l'extension de la durée de garantie légale viendrait de la menace de réduction de bénéfices liés aux ventes d'extension de garantie. Le rapport du CGEDD d'août 2016, après avoir regretté la non communication des données statistiques considérées

⁶¹ : MEDEF, « Sur la durée de la garantie légale de conformité et les modalités d'affichage de la disponibilité des pièces détachées », Recommandations du MEDEF, octobre 2018, p. 3.

⁶² : « Rapport du Gouvernement au Parlement sur l'opportunité de l'extension de la durée de garantie légale de conformité de 2 à 5 ans, voire à 10 ans, pour certaines catégories ciblées de produits », avril 2017, p. 4.

comme confidentielles⁶³, indiquait que les extensions de garanties étaient souscrites pour 8 à 30 % des produits avec une moyenne autour de 15 %. Sur cette base et en considérant un prix moyen de l'extension de garantie à 20 % du prix du produit, le CGEDD parvenait à la conclusion que **la vente d'extension commerciale représente la moitié environ de la marge totale.**

L'argument est recevable, mais doit être nuancé à cinq niveaux :

- **La légitimité de cette marge est contestable.** Elle s'effectue au détriment du consommateur qui paye un service dont il ne bénéficie que rarement au regard des chiffres relatifs aux périodes d'apparition des pannes. Une augmentation de la durée de garantie aura pour effet une réduction de la marge en raison d'une baisse des ventes d'extensions commerciales, mais aussi mécaniquement une augmentation du pouvoir d'achat du consommateur.
- L'argent ainsi économisé par le consommateur pourra se répartir sur d'autres types d'acquisition.
- Les pays ayant des durées légales de garantie supérieure à la France (Irlande, Norvège, Pays-Bas, Suède, Finlande, Islande) ne paraissent pas présenter un modèle de distribution plus fragile.
- L'argument d'un nécessaire attentisme que justifiait le CGEDD en août 2016 évoquant « un contexte où le consommateur n'a pas encore bien assimilé l'évolution récente de la loi Hamon »⁶⁴ a perdu de sa pertinence deux années plus tard. Il convient d'observer également que le passage de la durée de présomption de 6 à 24 mois n'a pas entraîné de hausses de prix.
- Les distributeurs ont considérablement réussi à élargir leurs offres. Cela s'explique par les recoupements, les fusions propres au secteur, mais aussi à l'innovation et à l'évolution de l'équipement des ménages. Selon l'étude 2018 de l'Insee, plus de 90 % des ménages français étaient équipés d'un congélateur. En 1974, le produit n'était possédé que par 10 % d'entre eux. Seul 1 % des ménages possédait un téléviseur en 1954, ils sont 96 % en 2016.

Equipement	Taux de possession
Lave-linge	96,4 %
Téléviseur couleur	96,3 %
Téléphone portable	93,6 %
Congélateur	92,7 %
Four micro-ondes	89 %
Téléphone fixe	87,1%
Micro-ordinateur	81 %
Lave-vaisselle	60,8 %

Chiffres Insee. *Tableaux de l'économie française*, février 2018

⁶³ : Nous avons pu constater à l'occasion de notre mission que sur un grand nombre de sujets (marges liées aux extensions de garantie, connaissance des pannes les plus fréquentes, partage des frais de réparation entre distributeurs et fabricants), une très forte opacité existait encore, celle-ci facilite peu les relations de confiance.

⁶⁴ : CGEDD, *Rapport sur l'allongement de la durée de vie des produits*, août 2016, p.4.

- Les distorsions des pratiques dans l'Union Européenne
L'instauration d'une garantie à 5 ans peut-elle pénaliser les entreprises dans un contexte de concurrence internationale ? La réponse ne peut être que négative, puisque la mesure s'appliquera à l'ensemble des produits vendus en France, quel que soit le fabricant. Une objection possible reposerait sur la distorsion de concurrence envers des distributeurs français qui verraient échapper une partie de leur clientèle, celle-ci préférant s'approvisionner à l'extérieur de nos frontières. Trois éléments de réponse peuvent alors être apportés :
 - Les nombreuses études indiquent une différence de prix négligeable entre les produits en raison de différences de durée de garantie.
 - Quand bien même le prix serait plus élevé, le consommateur a la capacité d'évaluer son intérêt à acquérir un produit ayant une garantie plus élevée.
 - Et dans l'hypothèse d'une préférence frontalière, celle-ci ne peut être que minimale puisque s'adressant à des frontaliers ; on peut supposer que pour les autres personnes le bénéfice d'un prix de produit plus faible serait compensé par les coûts de livraison.

L'argument des entreprises et distributeurs portant sur le désavantage des produits français qui coûteraient alors plus cher et que la concurrence des produits étrangers moins onéreux viendrait pénaliser apparaît difficilement tenable. Un motif crédible d'acheter français, au détriment d'acquisition étrangère perçue comme moins robuste rend l'argument réversible.

En outre, un renforcement de la tendance à la spécialisation des entreprises françaises sur le créneau de la durabilité ne peut être que bénéfique à l'économie nationale. Comme le rappelait l'Ademe, les fabricants français sont « bien meilleurs sur ce segment que sur les produits bas de gamme »⁶⁵.

- La croissance économique
L'argument de l'obsolescence/scepticisme repose sur une logique apparente : dans l'hypothèse où les produits auraient une durée de vie infinie, les entreprises ne pourraient plus vendre de nouveaux produits et la croissance économique s'arrêterait.

Ici encore, aucune corrélation ne peut être effectuée entre durée de garantie et croissance économique. En outre, le renouvellement des produits ne dépend pas uniquement de leur durée de vie, mais également de la perception de nouveautés. En cela, un accroissement de la durée de garantie peut être une incitation à l'innovation. **L'incitation à la durabilité et à la réparabilité peut en effet apparaître comme un déterminant à l'innovation.**

⁶⁵ : Ademe, « Allongement de la durée de vie des produits », février 2016, p. 31.

Le rapport effectué par la direction générale pour les politiques intérieures du Parlement Européen⁶⁶ indique que **le résultat global d'une politique européenne visant l'allongement de la durée de vie des produits (tous moyens confondus) entraînerait un bénéfice en termes de croissance économique pour l'Union Européenne de 7,9 milliards d'Euros**. Ce rapport note toutefois que le gain serait réparti préférentiellement sur quelques secteurs (réparation, location, R&D) et pourrait entraîner un accroissement de la consommation de biens et services perçus comme plus durables.

Selon les auteurs, « le principal effet négatif en termes de durée de vie d'un produit est enraciné dans la crainte des fabricants de perdre des parts de marché »⁶⁷. Cet effet négatif apparaîtrait dans l'hypothèse où ceux-ci hésiteraient à modifier leur modèle d'affaires.

Plusieurs chercheurs de la faculté de Kyushu au **Japon** ont modélisé le gain de l'allongement de la durée de vie des véhicules en considérant une dizaine de paramètres dont celui de la consommation d'énergie. La conclusion est que « **Un accroissement d'une année de la durée de vie entraîne un accroissement économique pour le pays de 1,2 milliard de Yen** et stimule la demande pour d'autres produits et services au travers de mécanismes de rebonds »⁶⁸.

Cette recherche complète une précédente étude japonaise de l'université de Tohoku et du Research Center for Material Cycles and Waste Management d'Onokawa. Celle-ci avait modélisé les conséquences sur la croissance économique d'une augmentation d'une année de la durée de vie des voitures. Elle concluait dans le même sens d'un gain net de croissance : « Un accroissement d'un an de la durée de vie contribue à une augmentation du PNB d'approximativement 2 milliards de Yen, ce qui compense de manière conséquente les pertes économiques liées à une baisse de production des véhicules »⁶⁹.

- L'impact positif sur la balance commerciale
La France est très largement déficitaire sur la filière « Fabrication d'équipement électrique, électronique, informatique ». Sur les derniers chiffres que nous avons pu obtenir⁷⁰, la France exporte 87 milliards d'Euros d'équipements EEI, mais en importe 109,4 milliards d'Euros. Plus d'un cinquième des importations totales de biens sont ainsi consacrées à cette filière. **Une durabilité plus importante de ces produits aura pour conséquence une réduction des achats et donc des importations, ce**

⁶⁶ : DG for internal policies. A longer lifetime for products: benefits for consumers and companies. Study for the IMCO Committee, juin 2016, 102 pages.

⁶⁷ : op. cit. : p. 12.

⁶⁸ : Shigemi Kagawa, Yuki Kudoh, Keisuke Nansai & Tomohiro Tasaki, "The Economic and environmental Consequences of Automobile Lifetime Extension and Fuel Economy Improvement: Japan's Case », *Economic Systems Research*, vol. 20, n° 1, 3-28, March 2008.

⁶⁹ : « The Economic and Environmental Consequences of Automobile Lifetime Extension and Fuel Economy Improvement: Japan's Case », p. 117.

⁷⁰ : INSEE, *Tableaux de l'économie française*, édition 2017.

qui entrainera une amélioration pouvant ne pas être négligeable de la balance commerciale française.

L'étude IMCO déjà citée observe qu'au niveau européen, certains secteurs possèdent un important impact négatif sur la balance commerciale. C'est notamment le cas des appareils électriques et surtout électroniques pour lesquels 54 % des produits sont importés. « Cela signifie qu'une plus large durée de vie des produits influencera très probablement la balance commerciale ».⁷¹

Il nous a toutefois été indiqué lors de nos entretiens⁷² qu'une meilleure durée de vie des produits qui passerait prioritairement par une réparabilité accrue, ne serait pas forcément un avantage pour notre balance commerciale, les pièces détachées provenant majoritairement de Chine.

II. Les aspects sociaux

Il est délicat d'établir un lien direct entre l'élévation de la garantie légale et les incidences sur l'emploi. Deux types de données peuvent toutefois permettre d'envisager qu'une augmentation de la durée de garantie puisse avoir une influence positive en termes de création d'emploi.

- L'existence d'un lien entre la garantie et la réparation.
Dans son rapport de 2012⁷³, l'Ademe indiquait que seuls 44 % des appareils de la filière EEE qui tombent en panne sont réparés. Ce chiffre tombe à 20 % pour les produits hors garantie. **Un produit hors garantie est donc peu sujet à faire l'objet d'une réparation.**
Le rapport du CGEDD d'août 2016 indique toutefois que si l'extension de la durée légale de garantie peut entraîner une augmentation des volumes de réparation durant la période de garantie, elle peut entraîner mécaniquement une baisse des taux de marge sur les produits réparés, ceci en raison de contrats très tirés avec les distributeurs. Le CGEDD indique ainsi « Avec un nombre de réparations en légère hausse et un taux de marge en baisse, le risque est réel de voir le secteur de la réparation disparaître »⁷⁴. Dans ses recommandations d'octobre 2018, le Medef estime qu'un allongement de la durée de la garantie serait une menace pour l'emploi et les structures de l'économie sociale et solidaire : « Près de 750 emplois seraient menacés pour le seul secteur de l'électroménager »⁷⁵.
- La baisse régulière des métiers de la réparation
Selon les éléments présents en appui de la résolution du Parlement Européen du 4 juillet 2017, les centres de réparation aux Pays-Bas sont passés de 4 500 à 2 500 entre 1990 et 1997 et 2 000 emplois ont été perdus.

⁷¹ : DG for internal policies, op. cit. : p. 38.

⁷² : Anne-Sophie Novel, Entretien du 10/9/2018.

⁷³ : Ademe : « Etude sur la durée de vie des équipements électriques et électroniques », *Rapport final*, juillet 2012.

⁷⁴ : CGEDD, « Rapport sur l'allongement de la durée de la garantie légale de conformité », août 2016, p. 28.

⁷⁵ : Medef, « Sur la durée de la garantie légale de conformité et les modalités d'affichage de la disponibilité des pièces détachées », octobre 2018.

En Allemagne, et en une seule année, 13 % des magasins de réparation radio et télévision ont fermé. En Pologne, le nombre de réparateurs spécialisés dans l'électroménager a diminué de 16 % entre 2008 et 2010⁷⁶. En Belgique, une étude du cabinet RDC Environnement⁷⁷ a évalué qu'une action visant la lutte contre l'obsolescence programmée entraînerait 850 emplois supplémentaires. Appliqués à la France, les modèles indiquent une création nette d'emplois de 5 000 personnes.

Selon cette étude, basée sur la période 2015-2050, 4 secteurs doivent être considérés :

- celui des fabricants dont le CA, en raison d'un effet négatif lié à la diminution des ventes de l'ordre de -0% à -0,9 % sur la période.
- Les distributeurs pourraient connaître également un effet négatif lié à la baisse des ventes. Cette baisse est évaluée entre -0 % et -1,4 % entre 2015 et 2050.
- Les centres de traitement des déchets. Ici la baisse du CA serait plus prononcée, entre -0% et -3,9%.
- Les réparateurs. Cette filière est clairement gagnante, l'augmentation du chiffre d'affaires est estimée entre +0 et +11,6 % sur la période.

Au final, en tenant compte du fait qu'une partie des produits est fabriquée hors de l'Union Européenne et des économies réalisées par le consommateur, celui-ci pouvant sortir de la nécessité d'une nouvelle acquisition de remplacement, les sommes économisées peuvent être allouées à de nouveaux achats ; « l'effet agrégé sur l'activité de secteurs économiques est neutre en pratique »⁷⁸.

En termes de création d'emplois, les augmentations d'emplois dans le secteur de la réparation dépassent largement les pertes éventuelles dans le secteur de la fabrication et de la distribution. En effectuant la synthèse des pertes et des créations et sur la base de seulement quatre produits considérés et de sept scénarios, le nombre d'emplois créés dans l'Union Européenne serait compris entre 0 et 30 000. **S'agissant du secteur de la réparation, secteur présentant la caractéristique d'être une filière de forte main d'œuvre, de proximité et non délocalisable, les créations seraient comprises entre 87 et 45 000 emplois.**

Cette étude classe différentes mesures selon 3 critères : le coût de mise en œuvre pour l'Etat, le coût par unité de produit et l'impact attendu. S'agissant de l'augmentation de la durée de garantie, le coût pour l'Etat est jugé « moyen », le coût par unité « élevé » (ce que ne confirment pas les autres études économiques) et l'impact attendu « élevé ».

⁷⁶ : DG for internal policy, op. cit., p. 40.

⁷⁷ : RDC Environnement : « L'obsolescence programmée : politique et mesures belges de protection du consommateur », mai 2017.

⁷⁸ : op. cit. : p. 114.

Au niveau macro-économique, il faudrait considérer également le coût évité grâce à la reprise d'emploi. Outre le fait que la personne ayant retrouvé un emploi participe davantage à la vie économique, elle permet à la collectivité nationale de réduire le coût de prise en charge des allocations chômage.

La dynamique pour une consommation plus durable est donc créatrice d'emplois.

III. Les impacts environnementaux

Ceux-ci s'analysent autour de trois axes:

- La production de déchets
La filière EEI produit en Europe 10 millions de tonnes de déchets, le chiffre devrait atteindre 12 millions en 2020. Pour reprendre l'exemple des smartphones, ceux-ci entraînent 3 millions de tonnes de déchets, dont seuls 16 % sont actuellement recyclés.

En dehors de l'Union Européenne, une étude japonaise avait modélisé la réduction de déchets liée à l'accroissement d'un an de la durée de vie des voitures. Celle-ci indiquait un gain de 132 000 tonnes de déchets⁷⁹.

- Les consommations de matières premières
Les conséquences ne se limitent pas à la production de déchets. Comme l'indiquent des chercheurs de l'université de Delft, « **prolonger et étendre la durée de vie des produits est l'instrument le plus efficace pour la préservation des ressources** »⁸⁰. Il est estimé qu'une tonne de déchets utilisés par un consommateur nécessite cinq tonnes de matériaux au moment de la fabrication et 20 tonnes pour l'extraction initiale des ressources nécessaires.

Les produits de la filière EEI intègrent une forte proportion de matières rares. L'OCDE a ainsi estimé qu'un certain nombre de métaux (cuivre, argent, étain, plomb, zinc, nickel) atteindront leurs limites de production en 2030. Le fer et l'aluminium auront leurs limites entre 2050 et 2070. En moyenne, un smartphone contient 60 métaux différents, et il est estimé qu'il faut 70 kilos de matières premières pour produire, utiliser et éliminer un smartphone⁸¹. 7 milliards ont déjà été produits depuis 2007.

- Les impacts climatiques
L'extraction de minéraux métalliques est quasi nulle en France. 52 millions de tonnes sont importées dont 70 % sous forme de produits finis ou semi-finis. Comme l'indique le MTES⁸², « la France transfère ainsi à l'étranger les impacts environnementaux induits par ses besoins en minéraux métalliques

⁷⁹ : étude S. Kawaga et al., op. cit. p. 115.

⁸⁰ : Marcel C. Hollander, Conny A. Baker et Erik Jan Hultink, "Product design in a circular economy", *Journal of Industrial Engineering*, volume 21, n° 3, 2017, p. 523.

⁸¹ : France Nature Environnement, *Votre smartphone est riche en métaux*, 2017.

⁸² : MTES, Gestion et utilisation des ressources, site web, données au 3 mai 2016.

et dérivés ». La durabilité des produits n'aura pas en France d'impact significatif sur notre bilan GES.

Pour prendre l'exemple du pneumatique, EY a réalisé en 2017 une étude pour le groupe Michelin⁸³ indiquant qu'un retrait généralisé des pneus qui s'effectuerait sur la base d'une profondeur de rainure du pneu à 3 mm (contre 1,6 actuellement dans l'Union Européenne) aurait pour conséquences :

- +35 % de déchets générés et de matières premières consommées,
- -5.700 ha de forêts,
- +6.600.000 tonnes de carbone,
- +32.800 Gwh.

Appliqué à la France, cela signifierait une économie d'émission annuelle équivalant à un million de tonnes de CO₂. Le chiffre correspond aux émissions générées par l'extraction des matières premières, la fabrication des pneus et aussi la surconsommation causée par le carburant des véhicules en raison d'une meilleure résistance au roulement.

L'étude de l'Ademe relative au poids carbone des biens de consommation⁸⁴ observe les mêmes enjeux.

L'Ademe a publié le 26 septembre 2018 une étude relative au poids carbone des équipements de la maison. Ces résultats indiquent que l'ensemble des équipements présents à notre domicile (meubles et électroménager) pèse en moyenne 2,5 tonnes de CO₂, ce qui a nécessité 45 tonnes de matières premières. Au total, le CO₂ émis durant le cycle de fabrication est estimé à 6 tonnes (soit 6 aller-retour Paris-New York).

Dans les conclusions de cette étude, l'Ademe préconise l'achat de biens plus durables et l'augmentation de la durée des produits.

La relation entre la durabilité des produits et les émissions de gaz à effet de serre reste toutefois à construire puisque les résultats sont corrélés à l'empreinte environnementale globale et la part relative de la fabrication, de l'utilisation et de la fin de vie du produit. En première analyse, on peut estimer qu'une durabilité accrue aurait une faible incidence carbone pour les produits blancs (l'impact étant essentiellement lié à l'utilisation), mais pourrait être importante pour certains produits de la filière électronique, notamment les ordinateurs, téléviseurs, smartphones, tablettes, baladeurs numériques, imprimantes, appareils photo, home vidéos.

L'Ademe va essayer de modéliser les conséquences d'un allongement de la durée de vie du produit sur une quinzaine d'équipements, les résultats devraient être connus en octobre 2019⁸⁵.

⁸³ : EY, « Pas de fatalité à l'obsolescence programmée », mai 2017.

⁸⁴ : Ademe, « Le poids carbone des biens de consommation », 28/09/2018.

⁸⁵ : Entretien avec Pierre Galio, responsable de l'étude, le 28/09/2018 et le 01/12/2018.

Quoi qu'il en soit, si un bilan multicritères permettrait de confirmer les bénéfices carbone d'une durabilité accrue, le principe même d'un gain GES est clairement reconnu, et ce alors même que l'argument de nouvelles études ne peut plus retarder les décisions politiques. Comme le reconnaissait l'Ademe dans son rapport de 2016 « Le choix de pondération des critères entrant dans l'impact environnemental global et la réponse à cette question resteront néanmoins toujours sujets à débat »⁸⁶.

A titre d'exemple sur un produit, l'étude Imco de 2011⁸⁷ indique que pour l'Union Européenne, une augmentation de 10 % de la durée de vie des grille-pain permettrait d'économiser 4 000 tonnes de CO2. Fairphone, de son côté, estime que l'utilisation de son smartphone permet une réduction de 30 % des émissions de GES⁸⁸ par rapport à un téléphone portable non modulaire et réparable.

IV. Le soutien de l'opinion publique

En dehors de ses intérêts économiques, environnementaux et sociaux, une action résolue en faveur d'une consommation plus durable présente trois avantages de nature plus politique.

- Elle répond à un engagement.
Durant la campagne électorale de 2017, le candidat Emmanuel Macron s'était ainsi engagé : « L'affichage de la durée de vie des produits et l'utilisation de la modulation de l'éco-contribution participera à l'augmentation de la durée de vie et incitera les fabricants à se tourner davantage vers l'éco-conception. »⁸⁹
- Elle répond à une attente.
Les français sont persuadés que les entreprises fabriquent leurs produits avec une intention délibérée de non durabilité. Selon le sondage Mediaprism (2004), 92 % des français sont persuadés que les produits électroménagers sont conçus pour ne pas durer⁹⁰. Par ailleurs, le même pourcentage des citoyens français souhaite bénéficier d'une information sur la durée de vie des produits⁹¹.

⁸⁶ : Ademe, « Allongement de la durée de vie des produits », février 2016, p. 11.

⁸⁷ : DG for internal policies. A longer lifetime for products, op. cit. : p. 42.

⁸⁸ : Fairphone, « Communiqué de presse », 26 février 2017.

⁸⁹ : En Marche, réponse au questionnaire de l'association HOP, avril 2017.

⁹⁰ : Mediaprism / 60 millions de consommateurs, sondage rédigé du 28 février au 4 mars 2014, 1 020 personnes interrogées.

⁹¹ : Sondage Eurobaromètre.

L'information relative à la durabilité

L'indication sur la durée de vie du produit est une mesure plébiscitée par les consommateurs et l'étude lancée par le Comité Economique et Social Européen en 2016 a démontré ses effets positifs. Elle est prévue dans la loi Hamon (article 4) qui envisageait un prix d'usage pour un bien. Elle est prévue dans la loi TECV (article 70), là aussi sur une base volontaire.

Force est de constater que ces textes sont restés lettre morte ; aucune expérimentation n'a été réalisée⁹².

Quatre freins sont identifiés :

- L'absence de soutien réel des entreprises et notamment de la distribution. Trois arguments sont mis en avant : celui du risque réputationnel, celui d'une probable incompréhension du consommateur qui confondrait l'estimation de la durée de vie et la durée légale de garantie, enfin, une impossibilité d'estimer une moyenne de durée de vie en raison de la diversité des pratiques de consommation.
- L'absence de choix politique visant à privilégier la durabilité sur la réparabilité.
- Des problèmes méthodologiques d'évaluation de la durabilité en raison de l'absence de référentiel actuellement disponible, les travaux du Laboratoire National d'Essais ayant été arrêtés. La durabilité doit considérer la robustesse des composants, la fréquence d'utilisation et l'intensité de l'usage.
- A cela s'ajoute un risque de confusion potentiellement engendré par un foisonnement d'informations éparses.

L'étiquette énergie fonctionne parfaitement, d'autres indications éparses pourraient apporter une certaine confusion à l'exemple d'un label ou indice de réparabilité qui côtoierait une information sur la durabilité.

Parallèlement à l'indice de réparabilité en cours de définition dans le cadre de la FREC, des travaux pourraient porter sur la méthode optimale d'agrégation et de pondération des informations. Le label Long Time pondère la relation au consommateur (dont la durée de garantie), la durabilité et la réparabilité. L'association Cool Products milite pour une information qui comprendrait la consommation énergétique, la toxicité des matériaux présents, la durée de vie et la réparabilité.

L'étude européenne avait tenté quatre modes d'affichage de la durée de vie :

- Un affichage de durée de vie en nombre d'années ou de mois,
- Un affichage de durée de vie utile en nombre de cycles d'impression,
- Un affichage en prix d'usage annuel,
- Un affichage de type étiquette énergie de A à G.

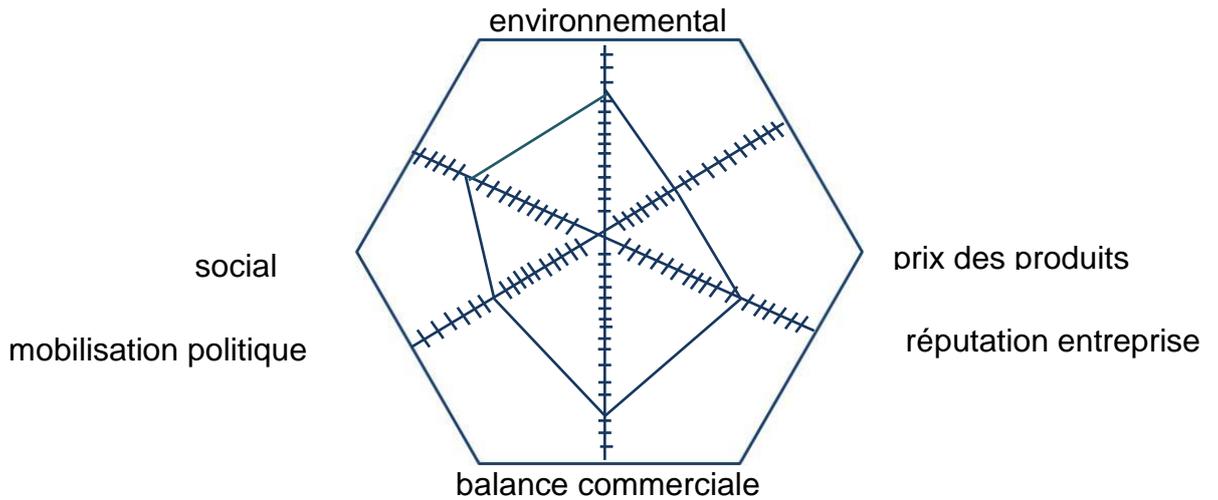
L'information la plus performante était cette dernière, suivie de l'information sur la durée de vie utile.

⁹² : CGEDD, « Il est regrettable que l'expérimentation d'affichage prévue par la loi TECV n'ait pu débiter à ce jour », *Rapport*, août 2016, p. 44.

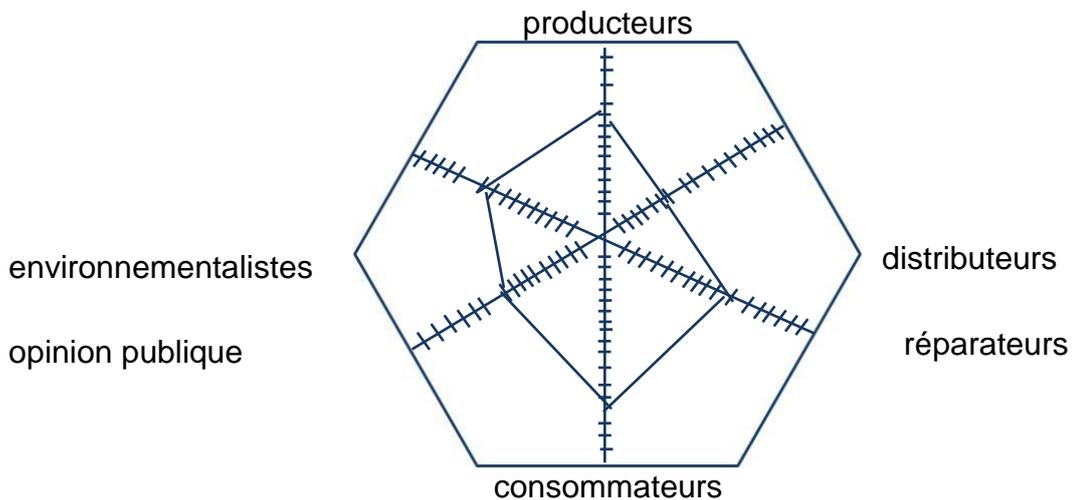
- Elle est mobilisatrice.
La durabilité des produits n'est pas un sujet de clivage politique, elle réunit l'ensemble des formations politiques. **Une action résolue sur le sujet renforce une image de proximité et d'attention portée à la vie quotidienne des français.**

Synthèse : aspects à considérer pour une politique publique de consommation durable

Au final, les différents volets peuvent être représentés sur l'hexagone suivant :



La décision doit également considérer le positionnement des différentes parties prenantes.



En dehors du prix du produit pour lequel demeure une incertitude, le schéma permet de visualiser l'effet positif d'une augmentation de la durée de garantie sur l'ensemble des différents volets.

Si cette augmentation de la durée de garantie se révèle une mesure positive, il conviendrait d'affiner les résultats en fonction de deux paramètres :

- la durée effective de garantie
Une élévation de la durée de garantie de 2 à 3 ans paraît envisageable à court terme, mais les bénéfices environnementaux, sociaux ou politiques risquent d'être réduits. Le rapport d'information sénatorial (M.C. Blandin, 27/9/2016) sur la téléphonie mobile avait proposé un doublement pour ce secteur, de 2 à 4 ans. Une augmentation à 5 ans apparaît symboliquement plus forte et celle-ci peut être modulée par secteur d'activités. Pour que les entreprises et les distributeurs puissent se préparer, il conviendrait de laisser un délai de mise en œuvre de 2 années, soit une entrée en vigueur en 2021.

Pour une politique de modulation des garanties

Plutôt qu'un allongement uniforme de la durée quel que soit le type de produit, une modulation des durées est envisageable. Les textes actuels (directive 1999/44/CE) autorisent une augmentation modulée et deux états (la Finlande et les Pays-Bas) ont mis en place ce dispositif. En dehors de l'Union Européenne, certains états ont des systèmes mixtes où la garantie est de deux ans, sauf pour des produits classiquement considérés comme plus durables, à l'exemple de certains mobiliers en Norvège. Le système existe également en Islande.

Aux Pays-Bas, huit catégories de produits permettent une extension de garantie supérieure à 2 ans : téléviseur, périphérique audio-visuel, appareils audio, gros et petit électroménager, machine à café, ordinateur (y compris tablette et console de jeux), appareils photo ou vidéo.

Les smartphones et les accessoires électroniques restent dans le système d'une garantie à 2 ans.

Pour les huit catégories ci-dessus, la durée de garantie s'échelonne selon le prix. Une durée maximale de 3 ans a été fixée pour les périphériques audio-visuels, le petit électroménager et les ordinateurs. Pour les autres produits, la durée peut atteindre 5 années pour les appareils audio, 6 ans pour les téléviseurs et 8 ans pour le gros électroménager. Par exemple pour celui-ci le GLC sera de 2 ans si le prix est inférieur à 199 €, 5 ans s'il est compris entre 400 et 499 € et 8 ans s'il est supérieur à 700 €.

Ce dispositif pour être installé en France doit considérer la révision de la directive citée ci-dessus. Les discussions en cours prévoient une harmonisation totale de la présomption de la durée de garantie et de la durée de présomption. Des dérogations seraient apportées aux pays possédant déjà des dispositifs plus favorables aux droits des consommateurs, mais interdisant toute nouvelle avancée. La France devrait donc mettre en place ce dispositif, avant le vote de la nouvelle directive européenne.

Ce système présente trois avantages :

- il permet de sortir de l'opposition classique sur l'allongement indifférencié de la garantie légale.

- Il incite le consommateur à orienter son choix vers des produits plus durables.
- Il permet au distributeur d'intégrer l'éventuel manque à gagner de la vente de l'extension de garantie au sein du prix du produit.

Il présente toutefois trois inconvénients :

- Celui de la différenciation des produits.
Un smartphone doit-il être considéré comme une tablette ou un ordinateur, comme un appareil photo ou vidéo, le rapport du CGEDD de mai 2016 pointait déjà cette difficulté : L'Apple Watch est-elle une montre ou un téléphone ?
- Celui de la différenciation des composants.
L'argument a été énoncé par la DGCCRF (rapport CGEDD, p. 65) et porte sur la difficulté d'avoir des garanties de durée différente sur des produits assemblés et donc des composants qui auraient des durées de vie différentes en fonction du produit dans lequel ils seraient présents.
- Celui de la complexité du dispositif.
L'argument est recevable puisque le dispositif contient une dose de complexité et des aspects discutables (un lecteur de CD à 199 € aurait une garantie de 2 ans alors qu'un lecteur à 200 € aurait une garantie de 3 ans). L'instauration de ce système devra faire l'objet d'une campagne de communication de manière à bien informer les consommateurs.

Il est nécessaire de rappeler que l'argument de la complexité avait été largement utilisé en opposition à l'étiquette énergie pour laquelle tous les spécialistes reconnaissent aujourd'hui qu'elle s'est révélée compréhensible et qu'elle a clairement permis de réorienter l'offre.

En conclusion, l'extension modulable de la garantie offre une souplesse respectueuse des intérêts en présence. Elle a été expérimentée et selon nos informations fonctionne assez bien. Dans la période actuelle, elle adresse un signal politique fort d'attention aux consommateurs envers leurs intérêts et démontre les possibilités d'une transition écologique fort éloignée des médiatisations de l'écologie punitive. Il est toutefois recommandé de laisser la durée de présomption à 2 ans (rappelons que seuls 5 pays ont actuellement une durée supérieure à 6 mois : Pologne, Slovaquie, Slovaquie : 12 mois ; France et Portugal : 24 mois). Conserver la durée de présomption à 2 ans permet également d'adresser au consommateur un message de nécessaire attention envers le produit. La mise en place de ce dispositif nécessite deux années, la garantie modulable de conformité pourra être opérationnelle au 1^{er} janvier 2021. Pour que l'extension modulable de la GLC puisse avoir un effet sur la durée de vie des produits, elle devra toutefois être accompagnée d'un dispositif complet et cohérent.

A défaut d'une cohérence de l'accompagnement, l'augmentation de la durée de garantie pourra entraîner des effets négatifs, notamment pour les produits d'entrée de gamme pour lesquels la non prééminence de la réparation sur le remplacement risquerait d'annihiler l'objet initial poursuivi par une meilleure durabilité du produit.

- Le calcul comparatif de la meilleure mesure
Pour atteindre les résultats escomptés ci-dessus, l'allongement la durée de garantie se révèle pertinent. La décision politique doit toutefois envisager un paquet de mesures, afin de sélectionner en les combinant les instruments les plus efficaces en termes de politiques publiques : indice de réparabilité, information sur la durée de vie, éco-modulation fiscale.

Chapitre 3

Une consommation plus durable également sur le web

La garantie légale s'exerce quel que soit le mode d'acquisition. Pour un consommateur la garantie est valable aussi bien pour un site d'e-commerce que pour un distributeur physique.

Le principe étant posé, une certaine confusion règne autour de trois sujets :

- L'information relative à la réparabilité est quasi inexistante sur le e-commerce.
- La garantie ne s'applique pas sur des sites de e-commerce basés à l'étranger et ne s'adressant pas clairement à un public français (rapport CGEDD, août 2016).
- La situation des places de marché mettant en relation vendeurs et acheteurs est confuse.

La documentation à laquelle nous avons pu accéder ainsi que nos entretiens ne nous permettent pas d'émettre des propositions avec suffisamment de pertinence pour être crédible. Faute de la disponibilité suffisante, des compétences nécessaires, d'un appui technique ou politique, au vu de l'ampleur de l'enjeu, nous avons préféré y renoncer.

Conclusion

La durabilité des produits est un enjeu majeur de la transition écologique et solidaire.

Le contexte actuel de la remise de notre rapport, marqué par l'explosion sociale symbolisée par les « gilets jaunes » renforce l'idée d'une transition juste qui se réalise au profit du plus grand nombre.

Les français ne s'y sont pas trompés en portant le thème de la durabilité des produits aux premiers rangs de leurs attentes lors des consultations citoyennes qui se sont déroulées du 17 avril au 31 octobre 2018.

Une politique nationale de durabilité est bénéfique pour l'environnement, pour l'emploi, pour l'économie. Elle pourra perturber certains acteurs, mais nous sommes persuadés que ceux-ci sauront réagir avec le sens de l'innovation qui a toujours caractérisé les grands acteurs économiques.

Les connaissances scientifiques sont acquises et reconnues. Tout un dispositif de mesures est prêt à être mis en place. Il doit maintenant s'installer de manière cohérente pour donner lisibilité et efficacité dans les objectifs poursuivis. C'est par la conjonction de ces mesures qu'une réelle politique de durabilité pourra réussir.

Recommandations

50 mesures pour la durabilité

I. Mesures réglementaires

- Interdire les garanties commerciales inférieures à 24 mois ainsi que celles égales à 24 mois, mais uniquement partielles (certaines pièces, pas la main d'œuvre, ...) ou tout du moins leur communication auprès du grand public, car elles apportent de la confusion.
- Faire porter la garantie légale de conformité par les fabricants et non les distributeurs, comme c'est le cas actuellement. A défaut, imposer que la garantie que fournit le fabricant au distributeur soit de la même durée que la GLC.
- Réinitialiser la garantie légale de conformité pour la partie réparée pour tous les produits qui tombent en panne alors qu'ils sont encore sous garantie.
- Modifier la loi Hamon afin d'obliger les distributeurs à informer sur la non disponibilité des pièces détachées.
- Modifier l'article L 111-4 du code de la consommation pour réduire le délai de livraison des pièces détachées de 2 mois à 30 jours. « Le fabricant ou l'importateur fournit aux vendeurs professionnels ou aux réparateurs qui le demandent les pièces détachées dans un délai de 30 jours ».
- Renforcer l'application des textes existants relatifs à la protection des consommateurs et notamment les obligations d'information du consommateur sur la disponibilité des pièces détachées et les ventes d'extension commerciale de garantie.
- Imposer la réversibilité des mises à jour et informer le consommateur des risques de ralentissement des ordinateurs, tablettes, smartphones.
- Modifier le décret n° 2016-1138 du 19 août 2016 relatif aux informations environnementales figurant dans le rapport de gestion de l'entreprise afin d'intégrer au sein des informations relatives à l'économie circulaire, un point relatif à la durabilité et la réparabilité des produits.
- Harmoniser la protection du consommateur (garantie légale, information sur la réparabilité) selon le mode d'acquisition du produit (distribution, e-commerce).

- Anticiper l'étape postérieure à l'instauration du label de réparabilité pour une information plus globale du consommateur intégrant la durabilité moyenne estimée du produit. L'indice de réparabilité ne peut être qu'une étape d'ailleurs partielle, puisqu'elle exonère certains secteurs (ameublement, textile, ...).
- Lorsque l'appareil tombe en panne durant la période de présomption de garantie, le distributeur est tenu de récupérer le produit et de le ramener, une fois réparé, au domicile du client (téléviseur, gros électroménager).
- Créer, en lien avec le Conseil National de la Consommation, un observatoire national de la consommation durable.
- Clarifier la portée des garanties constructeurs, notamment la prise en charge éventuelle du déplacement.
- Elargir le droit d'alerte au thème de l'éco-conception des produits de manière à faciliter l'application de l'article 99 de la loi TECV du 17 août 2015, visant à reconnaître les pratiques d'obsolescence programmée.
- S'engager, pour un nombre délimité de secteurs, pour une augmentation de la GLC de manière modulable en fonction du prix des produits.

II. Mesures d'information

- Faire connaître la garantie légale de conformité de 24 mois auprès du grand public (communication ciblée, relais en magasin par les distributeurs et les associations, indications sur la facture).
- Sensibiliser le consommateur aux impacts environnementaux de la durabilité et de la réparabilité des produits.
- Informer le consommateur sur son rôle pour un entretien optimal des produits qu'il achète.
- Sensibiliser le consommateur à la valeur d'usage des produits qu'il souhaite acheter. Sensibiliser le consommateur à l'idée qu'un produit peu onéreux n'est pas forcément une bonne affaire.
- Mettre en place un Green Thursday, journée nationale de promotion de la consommation responsable, de la durabilité et de la réparabilité des produits.

III. Mesures fiscales

- Soutenir les activités de réparation par la mise en place de chèque emploi réparation défiscalisé. Dans la limite de 150 €/an, les collectivités publiques prendront en charge 50 % du coût de la réparation des appareils EEE en dehors de la période de garantie.
- Moduler l'éco-contribution en fonction de la durabilité et de la réparabilité des produits.

IV. Mesures incitatives

- Développer des compteurs d'utilisation sur les produits de la filière EEE dans l'objectif de mieux sensibiliser les consommateurs à la durabilité des produits.
- Rendre effectif l'article 8 de la loi Hamon stipulant la remise au Parlement d'un rapport gouvernemental relatif aux possibilités d'une modulation de l'éco-participation en fonction de la durée de la garantie commerciale des produits.
- Privilégier la réparation sur le remplacement du produit. Une incitation pourrait être offerte au consommateur choisissant la réparation par une possibilité d'obtenir ainsi 6 mois de garantie supplémentaire (exemple de Nespresso).
- Soutenir les initiatives d'application gratuites de notation en lien avec la durabilité et la réparabilité des produits.
- Inciter les réparateurs, lorsqu'un produit tombe en panne et dans l'objectif de lever l'obstacle psychologique de penser que celle-ci est un signal de fin de vie du produit, à proposer un check-out total, voire un reconditionnement du produit.
- Intégrer dans la notice d'utilisation des recommandations pour éviter les pannes les plus fréquentes (filtre bouché, baisse de performance, ...).
- Encourager l'autoréparation par l'intégration des instructions de réparation pour les pannes mineures au sein des manuels d'utilisation des produits.
- Lancer un programme d'expérimentation relatif à l'affichage de la durée de vie des produits.
- Intégrer explicitement les critères de durabilité et de réparabilité dans les politiques d'achat public.
- Inciter au recyclage de l'ancien appareil soit par une meilleure information sur les points de collecte, soit par une prime à la reprise.

- Inciter les fabricants à développer une assistance téléphonique visant à permettre à leurs clients de réparer eux-mêmes leurs produits, s'agissant des pannes mineures.
- Inciter les entreprises à éco-concevoir leurs produits afin que ceux-ci soient plus facilement réparables et upgradables.
- Soutenir les expérimentations d'un prix forfaitaire pour les réparations.
- Valoriser auprès des entreprises les bénéfices réputationnels obtenus par une meilleure durabilité des produits.
- Soutenir les réseaux de réparation de type repair café en lien avec les entreprises de l'ESS.
- Engager un programme de soutien à l'économie de la fonctionnalité afin d'accroître les incitations auprès des distributeurs et fabricants à une durabilité accrue des produits.
- Relancer les travaux des instituts français de recherche sur la définition, la normalisation et la labellisation de la durée de vie des produits en lien avec les travaux CEN-CENELEC TC 10 « General method for the assessment of the durability of energy-related products ».
- Promouvoir auprès des distributeurs le prêt temporaire, contre une caution, d'un produit de substitution durant la période de réparation d'un produit.
- Créer une structure de valorisation de la réparation solidaire et d'encouragement à l'auto-réparation.
- Lancer un programme de contrôle des mises à jour logicielles pour vérifier que celles-ci ne ralentissent pas sciemment les performances des appareils.
- Organiser sous l'égide du Premier ministre les premières assises nationales de la consommation durable réunissant l'ensemble des parties prenantes concernées par le sujet de la durabilité des produits.

V. Mesures européennes

- Soutenir au niveau européen l'interdiction de l'obsolescence programmée clairement identifiée comme manœuvre intentionnelle de réduction de la durée de vie du produit.
- Faire évoluer le document de la Commission Européenne Orientations concernant la mise en œuvre / l'application de la directive 2005/29/EC relatif aux pratiques commerciales déloyales du 25 mai 2016 indiquant (p. 81) « L'obsolescence programmée n'est pas déloyale en soi ».

- Promouvoir les efforts de normalisation européenne visant à standardiser les périphériques des appareils électriques (exemple des chargeurs de téléphones portables).
- Soutenir au niveau européen, dans le cadre de la révision de la directive éco-conception, l'extension des secteurs soumis à une obligation de durabilité minimale.
- Promouvoir au niveau européen une définition commune de l'obsolescence programmée et demander aux états de prendre des mesures pour mieux réguler le sujet.
- Porter au niveau européen le projet de création d'un observatoire européen de la consommation durable.
- Soutenir le projet du Commissaire européen aux affaires économiques, fiscales et aux douanes, de renversement du principe de dérogation nationale en matière de TVA et consistant à définir les secteurs de TVA contrainte et permettant aux états une plus forte souplesse dans le secteur des biens de réparation.

ANNEXES

I. Annexe 1 - Interlocuteurs rencontrés

Organisme	Interlocuteur	Format	Date
ADEME	M. CHEVERY Marc, M. COUDRON Jean-Charles, Mme HERVIER Marie, M. FANGEAT Erwann	Rencontre	11/09/18
AFEP	M. BOQUET Nicolas, M. HOUOT Xavier. Mme FLAMENT-MASCARET Emmanuelle	Entretien	26/10/18
AFNOR	Mme DEL CERRO Corinne	Entretien	17/10/18
Alternatives Economiques	M. DUVAL Guillaume	Rencontre	27/08/18
Amis de la Terre	Mme DUFOUR Alma	Entretien	07/09/18
APESA	M. DE GUILLEBON Benoît	Entretien	08/11/18
Avocat en droit de l'environnement	M. MEUNIER Emile	Rencontre	22/08/18
Comment réparer	M. RAVÉ Damien	Entretien	13/11/18
Commission Européenne	M. LEGAY Baptiste	Entretien	05/11/18
DGCCRF	M. GUILLERMIN Philippe, Mme WIBAUX Geneviève	Entretien	24/10/18
Economiste	M. GRANDJEAN Alain	Entretien	06/09/18
Economiste journaliste	Mme NOVEL Anne-Sophie	Entretien	10/09/18
ECOS	Mme FAYOLLE Chloé	Entretien	15/11/18
ETHIKIS	M. PREGUESUELO Florent, Mme LOMONT Elsa	Entretien	08/11/18
Expert	M. FERRARI Romain	Entretien	31/10/18
Expert en fiscalité écologique	M. SAINTENY Guillaume	Entretien	18/09/18
FCD	Mme BASCLET Giulia, M. DAVY Jacques	Entretien	20/11/18
Fédération des Mutuelles de France	Mme LE ROUX Jocelyne	Envoi d'un mémo	05/11/18
FIEEC	M. ROUVIERE Gilles, Mme WEDRYCHOWSKA Anne-Charlotte, Mme MONIER Florence, M. LOHNHERR Alexander	Entretien	15/09/18
FNAC-DARTY	M. KOENIG Régis	Entretien	25/09/18
FNE	M. GENTY Bruno	Entretien	10/10/18
GREEN-IT	M. BORDAGE Frédéric	Envoi d'un mémo	03/10/18
Institut National d'économie circulaire	M. LAMBERT François-Michel	Entretien	12/11/18
Ma Garantie 5 ans	M. DELPORTE Benoît	Entretien	31/10/18
Michelin	M. ROBERT Pierre, Mme GOYECHE Fabienne	Entretien	15/09/18
OBSOCO	M. MOATI Philippe	Rencontre	28/08/18
ORÉE	Mme BOYER Nathalie, Mme LOUIS Caroline	Entretien	16/11/18
Parlement Européen	M. DURAND Pascal	Entretien	05/10/18
Philosophe	M. BOURG Dominique	Entretien	29/08/18
RDC Environnement	M. DE CAEVEL Bertrand	Entretien	05/09/18
Représentation permanente Bruxelles	Mme MOUHAMAD Sakina, M. FLESCH Adrien	Entretien	02/10/18
Sciences-Po	Mme DUBUISSON-QUELLIER Sophie	Entretien	15/11/18
SEB	M. PAUTROT Alain	Entretien	13/09/18
UFC-Que Choisir	Mme DE CRESCENZO Karine	Entretien	03/10/18

II. Annexe 2 - Documents étudiés

1. Etudes relatives aux effets économiques liés aux dispositifs de garantie

- Etude Federal Trade Commission, avril 1984
- Etude de l'Institut de l'Industrie et des systèmes d'ingénierie, mai 2007
- Etude UFC-Que Choisir, mai 2016
- Etude Comité Economique et Social Européen, mai 2016
- Etude allemande de Killian Buzer et al., septembre 2016

2. Etudes globales

- Etude Research Center for Material Cycles and Waste Management, 2005.
- Etude Center for sustainable consumption, 2005
- Etude Defra-Brook Lyndhurst, 2011
- Etude LSM, Labelling the durability of a product, mai 2013
- Etude Resources, Conservation & recycling, octobre 2013
- Etude Nottingham, Expected product lifetimes, 2015
- Etude Imco Committee, A longer lifetime for products, EP, juin 2016
- Etude Electronics goes green, septembre 2016
- Etude Defra, Motivations for product disposal, 2016
- Etude Delft University, Product design in a circular economy, 2017
- Etude Loughborough University, 2017
- Etude Skema Business Scholl, Pratiques collaboratives, 2017
- Etude Plate, Lifetime satisfaction and purchases factors, 2017
- Etude Life cycle engineering, mai 2018
- Etude Stanley Foundation, Transitions for sustainable consumption, octobre 2018
- Etude Commission Européenne, Policy - relevant insights on the consumer's engagement in the circular economy, octobre 2018

3. Etudes techniques

- Ademe, « Des tiroirs pleins de téléphones remplacés : consommateurs et objets à obsolescence perçue », Rapport de recherches, juin 2012
- Ademe, « Etude sur la durée de vie des équipements électriques et électroniques », juillet 2012
- Ademe, « Allongement de la durée de vie des produits », février 2016
- RDC environnement, « Politique et mesures belges de protection du consommateur », mai 2017
- Ademe, « Perceptions et pratiques des français en matière d'autoréparation », novembre 2017
- Ademe, Benchmark international du secteur de la réparation. Synthèse, mai 2018
- KU Leuven, Reparability criteria for energy related products, juin 2018
- Ademe, « Modélisation et évaluation des impacts environnementaux des produits de consommation et biens d'équipement », septembre 2018

- Afnor, « Economie circulaire, Système du management de projet économie circulaire », octobre 2018
- CEN – CENELEC, General methods for the assessment of the durability of energy-related products, 45552

4. Position paper

- Centre européen de la consommation, « L'obsolescence programmée ou les dérives de la société de consommation », avril 2013
- Conseil national de la consommation : « Avis relatif au double affichage des prix de vente et d'usage des biens de consommation », mai 2015
- BEUC, Durable goods: more sustainable products, better consumer rights, août 2015
- Amis de la Terre, « Allonger la durée de vie de nos biens : la garantie à 10 ans maintenant », septembre 2016
- FIEEC, « Analyse des enjeux et recommandations sur la durée de la garantie légale de conformité des produits », novembre 2017
- EY, « Pas de fatalité à l'obsolescence programmée », mai 2017
- Cool Products. Eco design and Energy Labelling, janvier 2018
- Amis de la Terre, « Allongement de la durée de vie des produits, Une politique produit européenne et nationale plus efficace », mars 2018
- MEDEF, « Sur la durée de la garantie légale de conformité et les modalités d'affichage de la disponibilité des pièces détachées », octobre 2018
- EPE, « Institut National de l'Economie Circulaire. Les indicateurs de l'économie circulaire pour les entreprises », octobre 2018
- HOP, « La durabilité des produits. Un enjeu stratégique pour les entreprises », novembre 2018
- OREE, « Mode d'emploi pour mettre en œuvre la FREC », décembre 2018

5. Rapports institutions publiques

- Conférence environnementale. Deuxième feuille de route pour l'économie circulaire, septembre 2013
- Commission Européenne. The durability of products, août 2015
- Commission Européenne. Boucler la boucle. Un plan d'action de l'Union européenne en faveur de l'économie circulaire, décembre 2015
- European Environment Agency, Circular by design. Products in the circular economy, 2017
- European Environment Agency, Waste prevention in Europe: policies, status and trends in reuse, 2017
- CGEDD, Rapport sur l'allongement de la durée de la garantie légale de conformité, août 2016
- Rapport du gouvernement au Parlement sur l'opportunité de l'extension de la durée de garantie légale, avril 2017
- Sénat, Rapport d'information sur l'inventaire et le devenir des matériaux et composants des téléphones mobiles, septembre 2016
- Sénat, Commission des affaires européennes, Rapport d'informations sur la protection des consommateurs dans le marché unique numérique, février 2018
- UN Environment. Redefining value. The manufacturing revolution, octobre 2018

- UN Environment. Vision à long terme. Etude sur l'allongement de la durée de vie des produits, septembre 2017

6. Enquêtes engagées

- Etude relative à la situation et aux perspectives de la consommation durable en Europe. Deux études lancées en parallèle par :
 - Catégorie Consommateur et Environnement du Comité Economique et Social Européen
 - Bureau Européen des Consommateurs