

**Louvain School of Management**

# **L'indice de réparabilité, une piste pour lutter contre l'obsolescence programmée et faire appel à la consommation responsable ?**

Auteur : Arnaud Dasnoy  
Promoteur : Matthieu de Nanteuil  
Année académique 2021-2022  
Travail de fin d'études (TFE) en vue d'obtenir le titre de Master 120 en sciences de gestion à finalité spécialisée  
Horaire de jour



## Remerciements

*Je souhaite remercier chaque personne qui, d'une façon ou d'une autre, a contribué à la réalisation de ce mémoire.*

*Je tiens tout d'abord à remercier mon promoteur, le professeur Matthieu de Nanteuil, pour son accompagnement et sa disponibilité tout au long de la réalisation de ce mémoire. Ses conseils pertinents m'ont permis de garder un fil conducteur et d'être le plus cohérent possible concernant ma problématique ainsi que ma question de recherche.*

*Je tiens également à remercier l'ensemble des répondants qui m'ont consacré du temps lors de leur participation à mes entretiens, nécessaires à la bonne réalisation de ce mémoire.*

*Je tiens aussi à remercier M. Guy Delsupexhe qui, ancien correcteur à « La Libre Belgique », a participé à la relecture de mon mémoire ainsi que ma famille, tout particulièrement ma maman.*



<b>Table des matières</b>
---------------------------

Remerciements .....	
Introduction .....	3
Partie 1 : Revue de littérature .....	6
1. L'obsolescence programmée .....	6
1.1. Concept de l'obsolescence programmée .....	6
1.2. L'obsolescence selon la loi .....	7
1.3. Les différentes formes d'obsolescence .....	9
1.3.1. L'obsolescence technique ou technologique .....	9
1.3.2. L'obsolescence esthétique.....	11
1.3.3. L'obsolescence écologique .....	11
1.4. Conséquences de l'obsolescence programmée .....	12
1.4.1. Impacts environnementaux.....	12
1.4.2 Impacts sociaux.....	13
1.5. Pistes pour lutter contre l'obsolescence programmée .....	14
1.6. Vers un changement de modèle économique ? .....	18
1.6.1 L'économie circulaire .....	18
1.7. Que se passe-t-il au niveau européen ? .....	19
2. Un indice de réparabilité pour lutter contre l'obsolescence programmée .....	22
2.1. Réparabilité .....	22
2.1.1. L'attitude des consommateurs à la réparation .....	23
2.1.2. L'attitude des entreprises à la réparation .....	24
2.1.3. L'attitude des secteurs de la réparation à la réparation .....	25
2.2. Un indice de réparabilité .....	26
2.2.1. Intérêts et fonctionnement de cet indice .....	26

2.2.2. Les cinq catégories de produits .....	28
2.2.3. Les critères de notation .....	30
2.2.4. Limites de cet indice de réparabilité .....	32
3. Le rapport des différents acteurs à la consommation responsable et à un indice de réparabilité .....	35
3.1. L'attitude des consommateurs face à un indice de réparabilité .....	35
3.2. L'attitude des entreprises face à un indice de réparabilité.....	37
4. Avenir de l'indice de réparabilité.....	39
5. Conclusion de l'apport de littérature .....	40
Partie 2 : Approche qualitative .....	42
1. Méthodologie.....	42
2. Analyse des entretiens.....	46
2.1. Le concept d'obsolescence programmée .....	46
2.2. La pertinence de l'indice .....	48
2.3. L'attitude des entreprises .....	51
2.4. L'attitude des consommateurs.....	53
2.5. La réparation .....	55
3. Discussion .....	57
4. Limites de cette étude .....	60
Conclusion générale.....	62
Bibliographie .....	64

## Introduction

Il est fort probable que vous ayez déjà entendu parler du concept d'obsolescence programmée. En effet, n'avez-vous jamais été confronté à une défaillance, voire à une panne brutale d'un de vos appareils électroniques ou électroménagers ? Beaucoup pointent du doigt ce phénomène comme en étant le responsable. Les appareils sont-ils voués à dysfonctionner à un moment donné ? Est-ce une volonté de raccourcir la durée de vie des produits de la part des marques et des fabricants ? Y a-t-il un vice caché derrière ces pannes ? En effet, ceux-ci sont suspectés d'introduire une vulnérabilité telle que le placement d'une pièce sensible à la chaleur dans une partie chaude du produit alors qu'elle pourrait se retrouver à un autre endroit, dans le but que celle-ci soit plus rapidement défectueuse (Dejong, 2014)

Les consommateurs sont donc amenés à se débarrasser de leurs produits défectueux, engendrant de nombreuses conséquences, principalement aux niveaux écologique, environnemental et social. En effet, 12 millions de tonnes de déchets d'équipements électriques ou électroniques (DEEE) seraient générés chaque année en Europe (Etienne, 2021). De plus, ce phénomène d'obsolescence programmée a des conséquences non négligeables sur les ménages, amenant les consommateurs à s'endetter pour remplacer leurs biens défectueux (Dejong, 2013).

Les responsabilités sont cependant partagées. Les marques et les fabricants apparaissent comme n'étant pas les seuls responsables. Le consommateur a également son rôle à jouer et pourrait consommer et agir de manière plus responsable. De nombreux consommateurs ont un attrait pour la nouveauté (Les Amis de la Terre, 2010) et vont donc se séparer de leurs produits, que ceux-ci soient encore fonctionnels ou usés, voire en panne mais réparables. Ceux-ci peuvent également, à leur échelle, lutter contre l'obsolescence programmée. Ils ont d'ailleurs un levier efficace entre les mains, à savoir leur argent. En choisissant de ne pas consommer un tel produit ou de boycotter une telle marque, les consommateurs forcent les entreprises à s'adapter et à modifier leurs offres (Vasseur, 2019).

Beaucoup de pistes sont donc étudiées aux niveaux fédéral et européen pour tenter de lutter contre l'obsolescence, programmée ou non, des produits. La France a déployé un indice de réparabilité sur son territoire en janvier 2021. Celui-ci est prévu par la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire sur cinq catégories de produits électroménagers et électroniques. Il a pour but de lutter contre ce mécanisme d'obsolescence en informant les consommateurs sur le caractère plus ou moins réparable des produits via une note. Le consommateur aura donc plus d'informations concernant la réparabilité des produits qu'il souhaite acheter. Cet outil se base sur cinq critères : la durée de mise à disposition de la documentation technique, la démontabilité de l'appareil et l'accès aux pièces, la durée de disponibilité des pièces détachées et leur prix ainsi qu'un dernier critère spécifique à chaque catégorie de produits (Les Numériques, 2022). Deux des objectifs principaux sont donc de lutter contre l'obsolescence, programmée ou non, pour éviter la mise en rebut trop précoce des appareils et d'allonger la durée de vie d'utilisation des appareils en incitant les acheteurs à se tourner vers des produits plus réparables mais également d'appeler à la consommation responsable en leur rappelant que lorsqu'un produit est défectueux ou tombe en panne, il est possible de le réparer (ministère de la Transition écologique, 2021).

C'est donc sur cet outil que porte ce mémoire. Étant donné le déploiement récent de cet indice de réparabilité, à savoir l'année 2021, il n'existe pratiquement pas de littérature par rapport à celui-ci. Nous nous sommes donc penché sur cet outil en nous posant la question suivante : « Un indice de réparabilité peut-il s'avérer être un outil efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée et appeler à la consommation responsable ? »

Pour répondre à cette question, ce mémoire est organisé en deux parties, à savoir une revue de littérature et une analyse qualitative.

La revue de littérature est composée de cinq sections : l'obsolescence programmée, un indice de réparabilité pour lutter contre l'obsolescence programmée, le rapport des différents acteurs à la consommation responsable et à un indice de réparabilité, l'avenir d'un indice de réparabilité et une conclusion.

La première section vise à définir le concept d'obsolescence programmée, son apparition, ses différentes formes ainsi que ses conséquences. Nous discuterons également de certaines

pistes étudiées pour lutter contre ce phénomène ainsi que d'un changement de modèle économique et de l'aspect législatif qui entoure cette problématique.

La deuxième section a pour but d'introduire la notion de réparabilité et l'outil qu'est l'indice de réparabilité, en présentant ses cinq critères et les catégories concernées par celui-ci, ainsi que ses limites.

La troisième section concerne le rapport qu'ont les différents acteurs à un indice de réparabilité et à la consommation responsable.

La quatrième section concerne l'évolution de l'outil et donc l'avenir de l'indice de réparabilité.

La cinquième et dernière section résume les points importants de la revue de littérature et permet d'introduire l'étude qualitative que nous réaliserons dans la seconde partie de ce mémoire.

Dans la deuxième partie, l'étude qualitative vise à mieux cerner le phénomène d'obsolescence et à critiquer objectivement l'indice de réparabilité dans le but de comprendre si celui-ci peut s'avérer être un élément clé en faveur d'une transition écologique, en étant dès lors un outil efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée et faire appel à la consommation responsable, et ce, en orientant le comportement des consommateurs ainsi qu'en incitant les marques à concevoir de manière plus responsable. L'étude qualitative se fera sur base d'entretiens semi-directifs, à l'aide d'un guide d'entretien. Cette deuxième partie se compose de la méthodologie, d'une analyse des enquêtes, d'une discussion ainsi que des limites de cette étude.

## Partie 1 : Revue de littérature

### 1. L'obsolescence programmée

Nous allons tout d'abord commencer par définir ce qu'est le concept même d'obsolescence programmée et comment celui-ci a vu le jour, pour ensuite nous intéresser à ses différentes formes ainsi qu'à ses conséquences. Nous verrons également que diverses pistes sont étudiées pour lutter contre l'obsolescence programmée et nous discuterons aussi d'un changement de modèle économique.

#### 1.1. Concept de l'obsolescence programmée

Pour commencer à définir le concept même d'obsolescence programmée, nous allons nous pencher sur l'étymologie du mot « obsolescence », indépendamment du terme « programmée ». Celui-ci provient du latin « obsolescere », qui veut dire « perdre de sa valeur ». Sa définition littéraire, elle, revient au fait d'être périmé ou encore à la « dépréciation d'un matériel ou d'un équipement avant son usure matérielle » (Larousse, 2021).

Cependant, il n'existe pas de définition littéraire pour la notion d'obsolescence programmée. En France, selon l'article 99 de la loi n°2015-992 du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte, l'obsolescence programmée est définie comme étant « l'ensemble des techniques par lesquelles un metteur sur le marché vise à réduire délibérément la durée de vie d'un produit pour en augmenter le taux de remplacement » (ministère de la Transition écologique, 2021). Cette définition met donc en avant la responsabilité du producteur. Or nous verrons dans les prochaines sections que nous aborderons dans cette revue de littérature que l'obsolescence programmée est une notion assez vaste et qu'il est, par conséquent, possible de classer différentes formes d'obsolescence. En effet, d'autres facteurs, liés aux modes de production et de consommation, peuvent conduire à l'obsolescence d'un produit (ministère de la Transition écologique, 2017).

Il est également intéressant que nous nous penchions sur l'apparition de ce phénomène pour mieux comprendre ce qui pousse les entreprises et les fabricants à avoir recours à différentes pratiques pour réduire délibérément la durée de vie de certains produits. Cela permettrait également de mieux définir le modèle économique dans lequel les différents acteurs

concernés évoluent et de discuter de celui-ci dans la fin de ce chapitre consacré au concept d'obsolescence programmée.

La notion d'obsolescence programmée est apparue en 1932 dans un livre intitulé « Ending the Depression Through Planned Obsolescence ». L'auteur, Bernard London, un homme d'affaires américain désireux de trouver une solution pour lutter contre la crise économique, émet la critique que les consommateurs utilisent les produits trop longtemps, jusqu'à ce que ceux-ci soient trop usés. Il soumet l'idée que le gouvernement oblige les consommateurs à rendre leurs produits avant leur fin de vie en leur donnant une durée de vie théorique afin de relancer l'économie qui était en pleine crise (O'Reilly, 2018). « Seulement, l'intention philanthropique de l'auteur, qui n'est pas douteuse, lui fait négliger les aspects sociaux négatifs de cette pratique et son projet témoigne d'une ignorance totale, caractéristique de l'époque, des conséquences écologiques de ce gaspillage systématique » (Latouche, 2014). L'idée de l'auteur partait donc d'une bonne intention. De plus, dans les années cinquante, entrent en jeu comme techniques marketing le design ainsi que la mode pour inciter les consommateurs à remplacer leurs objets encore fonctionnels par des objets plus récents (Les Horizons, 2020). Cependant, l'obsolescence programmée, sous ses différents aspects, est une forme de gaspillage et engendre, comme mentionné plus haut, beaucoup de pollution et de déchets ayant des conséquences environnementales désastreuses. Elle est également associée aux entreprises qui font des profits au détriment du consommateur en augmentant la fréquence d'achats de leurs produits et engendre donc également des conséquences économiques et sociales (O'Reilly, 2018) que nous détaillerons dans les prochaines sections.

## **1.2. L'obsolescence selon la loi**

Nous nous référerons souvent à la loi française dans ce travail étant donné que la France a déjà mis en place un indice de réparabilité sur son territoire. Selon elle, « caractériser un cas d'obsolescence programmée est difficile ». En effet, le phénomène d'obsolescence programmée fait débat. Les cas avérés sont rares, il s'agit davantage de suspicions. Les producteurs nient l'existence de pratiques d'obsolescence programmée. Cependant, d'autres acteurs avancent que le fait que ces pratiques ne peuvent pas être démontrées ne signifie pas qu'elles n'existent pas (rapport du gouvernement au Parlement, 2017).

La loi française du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte distingue donc l'obsolescence programmée de l'obsolescence dite « fonctionnelle » et

« d'évolution » (ministère de la Transition écologique, 2021). La typologie utilisée par la loi française n'est donc pas la même que les différentes formes théoriques que nous aborderons dans la section suivante.

Elle définit l'obsolescence fonctionnelle de cette manière : « Le produit ne correspond plus aux usages attendus d'un point de vue technique (exemple : incompatibilité avec de nouveaux équipements), réglementaire et/ou économique. » L'obsolescence dite d'évolution est, elle, définie comme ceci : « Le produit ne correspond plus aux 'envies' des consommateurs. Ce cas de figure correspond à ce qui est communément appelé 'effets de mode'. Ce type d'obsolescence peut être guidé par certains fabricants qui cherchent à augmenter la fréquence de renouvellement de leurs produits » (ministère de la Transition écologique, 2021).

La loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte a cependant apporté une réponse à ce problème de contextualisation d'obsolescence programmée en y donnant une définition et en créant donc un délit d'obsolescence programmée, à savoir : « L'obsolescence programmée se définit par l'ensemble des techniques par lesquelles un metteur sur le marché vise à réduire délibérément la durée de vie d'un produit pour en augmenter le taux de remplacement » (ministère de la Transition écologique, 2021). L'obsolescence programmée est également punie d'une peine de deux ans d'emprisonnement et de 300.000 € d'amende. Cette définition et, donc, cette loi ont pour but de dissuader les producteurs d'avoir recours à d'éventuelles pratiques d'obsolescence programmée et sont, en soi, « une base pour instaurer une jurisprudence sur ce sujet complexe » (ministère de la Transition écologique, 2017).

En juin 2021, le gouvernement français a remis son rapport sur l'obsolescence dite logicielle prévu par l'article 27 de la loi n°2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (AGEC) pour faire face aux impacts environnementaux du secteur numérique. En effet, la fabrication d'appareils numériques représente à elle seule 75% des impacts environnementaux du secteur numérique. Le rapport définissant l'obsolescence logicielle affirme que celle-ci correspond à la diminution des possibilités d'usage d'un appareil numérique (smartphone, tablette, ordinateur, etc.) en raison de l'indisponibilité ou du dysfonctionnement d'un logiciel (ministère de la Transition écologique, 2021).

La France est donc en avance sur la Belgique concernant une loi pour définir l'obsolescence programmée et, ainsi, lutter contre celle-ci. En effet, il n'existe, légalement, aucun moyen de sanctionner l'obsolescence programmée en Belgique. Le débat est cependant au cœur des discussions entre les différents partis politiques. Le but des députés est de réduire le gaspillage lié à l'obsolescence programmée et ainsi de protéger l'environnement (RTBF, 2020), notamment via l'économie circulaire, qui « est un système économique et industriel visant à maintenir les produits, leurs composants et les matériaux en circulation le plus longtemps possible à l'intérieur du système, tout en veillant à garantir la qualité de leur utilisation » (Belgium.be, 2021). Nous détaillerons ce système économique dans l'avant-dernière section de ce chapitre dédié à l'obsolescence programmée.

### **1.3. Les différentes formes d'obsolescence**

La notion d'obsolescence programmée étant vaste et complexe, celle-ci est sujette à plusieurs définitions théoriques. En effet, le partage des responsabilités entre les différents acteurs, principalement fabricants et consommateurs, nous amène à nous questionner davantage sur ce phénomène d'obsolescence et sa typologie. Nous distinguerons trois types d'obsolescences théoriques, à savoir l'obsolescence technique, l'obsolescence esthétique et l'obsolescence écologique (PSL Research University, 2013).

#### *1.3.1. L'obsolescence technique ou technologique*

L'économiste Serge Latouche ainsi que le sénateur Jean-Vincent Placé et des associations de consommateurs et environnementales définissent l'obsolescence technique comme étant « l'introduction volontaire d'une pièce qui va limiter la durée de vie du produit ». Cependant, une certaine ambiguïté existe. En effet, qu'en est-il si une pièce n'a pas été introduite alors qu'elle aurait pu améliorer la durée de vie du produit (PSL Research University, 2013) ?

Au sein de cette catégorie, le Centre européen de la Consommation (CEC) distingue quatre sous-sections :

- L'obsolescence par défaut fonctionnel : « Il s'agit d'une technique qui vise à avancer la fin de vie d'un appareil. Les producteurs font en sorte que si une seule et unique pièce de l'appareil tombe en panne, c'est l'appareil entier qui cesse de fonctionner » (CEC, 2013). Il existe de multiples façons de rendre un appareil défectueux, et donc obsolète, notamment de manière très subtile. Par exemple,

le fait d'introduire une vulnérabilité telle que le placement d'une pièce sensible à la chaleur dans une partie chaude du produit alors qu'elle pourrait se retrouver à un autre endroit, dans le but que celle-ci soit plus rapidement défectueuse (Dejong, 2014). Les principaux produits concernés par cette pratique sont les secteurs des téléviseurs, des téléphones portables, des machines à laver et des ordinateurs.

- L'obsolescence par incompatibilité : cette technique « vise à rendre inutile un produit par le fait qu'il n'est plus compatible avec les versions ultérieures ou celles d'un concurrent » (CEC, 2013). Les secteurs concernés sont majoritairement les secteurs électroniques, lorsque par exemple les jeux d'une ancienne console de jeux ne sont pas compatibles avec la nouvelle ou lorsqu'un logiciel s'avère trop puissant, voire incompatible avec le système d'exploitation de l'ordinateur (Ooreka, 2021). C'est également le cas lorsque les mises à jour ralentissent les smartphones (HOP, 2020).
- L'obsolescence indirecte : cette forme d'obsolescence se définit de la sorte : « Des produits accessoires à un produit principal ne sont plus compatibles avec l'ancien modèle » (PSL Research University, 2013). Cette pratique rend donc les produits obsolètes même si ceux-ci sont encore fonctionnels. Ce problème est souvent présent dans le secteur des téléphones portables où les chargeurs ne sont plus disponibles, obligeant ainsi le consommateur à se débarrasser de ceux-ci. De plus, l'arrêt de production et, par conséquent, l'inaccessibilité des produits accessoires et des pièces détachées sont un levier puissant à la disposition des fabricants. Cela complique, voire rend impossible la réparation de certains produits, amenant le consommateur à se tourner vers l'achat d'un produit neuf (CEC, 2013).
- L'obsolescence par notification : cette technique consiste à « concevoir un produit de sorte qu'il puisse signaler à l'utilisateur qu'il est nécessaire de réparer ou de remplacer, en tout ou en partie, l'appareil » (CEC, 2013). C'est, par exemple, le cas des imprimantes, qui sont capables de notifier qu'une cartouche

est vide et qu'elle doit être remplacée alors que ce n'est peut-être pas le cas, rendant obsolète la machine (Dejong, 2013).

### *1.3.2. L'obsolescence esthétique*

L'obsolescence esthétique est différente des autres formes d'obsolescence abordées dans la section précédente. Celle-ci se distingue des autres formes par le fait qu'elle ne soit pas due à une pratique technique ou technologique ayant pour but de raccourcir la durée de vie (CEC, 2013). Elle est dite subjective car elle est due aux choix du consommateur (Dejong, 2013). La notion de partage des responsabilités évoquée plus haut entre les différents acteurs, à savoir les producteurs et les consommateurs, ainsi que la complexité à émettre une définition sur l'obsolescence programmée sont notamment liées à cette forme d'obsolescence. En effet, celle-ci montre un désaccord entre consommateurs et producteurs. Celle-ci étant difficilement mesurable étant donné qu'elle touche aux choix et à la psychologie du consommateur, les producteurs et les syndicats industriels refusent de la prendre en considération. Or, selon les associations de consommateurs, celle-ci joue un rôle fondamental dans le phénomène d'obsolescence et ses conséquences (PSL Research University, 2013).

L'économiste Serge Latouche affirme notamment que « grâce à une politique de marque, de design et de publicité, l'industrie automobile faisait la démonstration qu'on pouvait obtenir le même résultat qu'avec l'introduction d'une défaillance technique » (PSL Research University, 2013). Cette forme d'obsolescence est donc aussi efficace, voire même destructrice que les autres formes d'obsolescence programmée, d'autant plus qu'elle est difficilement mesurable.

En effet, de nombreux consommateurs ont un attrait pour la nouveauté (Les Amis de la Terre, 2010) et vont donc se séparer de leurs produits, que ceux-ci soient encore fonctionnels ou usés, voire en panne mais réparables. Cette tendance à vouloir posséder un produit plus récent est également stimulée par la publicité et par les techniques de marketing visant à les amener à renouveler leurs biens (HOP, 2021). Nous en revenons donc à la notion de partage des responsabilités, où le consommateur est soit manipulé par les entreprises via les publicités et opérations marketing, soit pourrait consommer de manière plus responsable.

### *1.3.3. L'obsolescence écologique*

L'appel à la consommation responsable est de plus en plus courant dans notre société. Consommer de manière responsable signifie tenir compte de critères de durabilité, c'est-à-

dire des facteurs écologiques, sociaux et éthiques (Belgium.be, 2021). Ces changements de comportement ont fait apparaître une nouvelle forme d'obsolescence, à savoir l'obsolescence écologique.

Cette forme d'obsolescence est encore plus compliquée à mesurer en terme de partage des responsabilités étant donné qu'il semblerait que personne ne puisse ici être blâmé. Cette obsolescence écologique serait la cause d'une consommation plus responsable. En effet, les consommateurs sont de plus en plus amenés à se fournir en produits moins polluants et plus durables avec notamment comme incitant le fait qu'ils fassent des économies en consommant de la sorte (PSL Research University, 2013). Cependant, en agissant d'une telle manière, de nombreux consommateurs se sont débarrassés de leurs produits encore fonctionnels pour les renouveler par des achats plus responsables, engendrant ainsi une augmentation importante du nombre de déchets (CEC, 2013).

#### **1.4. Conséquences de l'obsolescence programmée**

Ce phénomène d'obsolescence programmée, amenant les consommateurs à se débarrasser, voire à remplacer fréquemment leurs produits, a un impact à différents niveaux, notamment environnementaux et sociaux.

##### *1.4.1. Impacts environnementaux*

Une des premières conséquences dues à l'obsolescence programmée est la surexploitation des ressources naturelles. En Europe, la production d'une tonne de déchets ménagers équivaut, en amont, à la consommation de 100 tonnes de ressources (Dejong, 2013). Nous avons d'ailleurs largement dépassé la biocapacité de notre Terre, c'est-à-dire « sa capacité à nous fournir des ressources et à absorber les déchets » (Les Amis de la Terre, 2015). Les conséquences de cette surexploitation des ressources se font d'ailleurs ressentir, notamment les changements climatiques, les réserves d'eau qui diminuent ainsi que la disparition de certaines espèces animales. Le fait de défricher de vastes étendues provoquant l'élimination de la végétation et la destruction des terres fertiles est également une conséquence liée à la surexploitation des ressources naturelles (Dejong, 2013).

De plus, le raccourcissement de la durée de vie de certains biens ou encore le taux de remplacement élevé de certains produits nous amenant à nous en débarrasser génèrent de nombreux déchets. D'autres déchets sont également à prendre en considération, notamment

les déchets générés en amont, intervenant dans la phase de production d'un produit, mais également en aval, intervenant après l'utilisation de celui-ci par le consommateur. Ainsi, 12 millions de tonnes de déchets d'équipements électriques ou électroniques (DEEE) seraient générés chaque année en Europe (Etienne, 2021). Dans le monde, cette quantité de déchets électroniques atteint 53,6 millions de tonnes, et a donc augmenté de 58% en moins de 10 ans. L'Organisation des Nations unies évoque des « tsunamis de déchets ». Si l'on attribue ces chiffres à chacun des individus de la population mondiale, cela représente 7,3 kg par habitant. Or, en France, ce chiffre atteint 21 kg par habitant, soulignant le fait que les pays les plus développés sont responsables de la plus grande partie de la quantité totale des déchets électroniques. Ce problème est également accentué par le faible taux de recyclage. L'allongement de la durée de vie des produits électroniques est donc une nécessité pour compenser leurs externalités (HOP, 2021). De plus, un rapport de l'ONU révèle que seulement 17,4% des déchets ont été recyclés sur les 53 millions de tonnes de déchets produits en 2019 (Spareka, 2021). Cependant, il n'est pas possible de déterminer la part de responsabilités qu'a l'obsolescence programmée dans cette production de déchets mais il apparaît clairement que réparer au lieu de jeter est une piste plus qu'importante pour réduire notre quantité de déchets électriques et électroniques.

#### *1.4.2 Impacts sociaux*

L'obsolescence programmée a également des répercussions sur les populations. La pollution engendrée par les déchets peut mener à d'importants problèmes de santé. De plus, l'extraction des ressources naturelles comme évoquée plus haut peut affecter négativement certaines populations. C'est le cas, par exemple, du Pérou. En effet, ce pays étant un grand exportateur de cuivre, qui est nécessaire dans la production d'équipements électriques ou électroniques (DEEE), il souffre d'une pénurie d'eau aggravée par les énormes quantités de celle-ci nécessaires à la production de cuivre. De plus, il a été constaté que les enfants vivant autour des installations de production avaient un taux de cuivre dans le sang trois fois supérieur à celui préconisé par l'Organisation mondiale de la santé (Dejong, 2013).

La surexploitation des ressources naturelles a également un impact sur les populations et renforce les inégalités entre les régions. En effet, les consommateurs des pays développés consommeraient jusqu'à 10 fois plus de ressources naturelles que les habitants de pays en voie de développement (Les Amis de la Terre, 2015). De plus, la recherche et l'exploitation de

ces ressources naturelles peuvent être la base de tensions entre régions ou Etats qui veulent s'en assurer le contrôle (Dejong, 2013).

L'obsolescence programmée peut également creuser les inégalités sociales en touchant encore plus durement les personnes précarisées, rentrant dans une sorte de cercle vicieux. En effet, celles-ci, disposant d'un faible pouvoir d'achat, vont avoir tendance à acheter des produits bas de gamme, parfois de mauvaise qualité. Ces produits ont donc une durée de vie plus courte et devront être remplacés par l'achat de nouveaux produits. L'endettement que peuvent provoquer ces remplacements de biens de moins bonne qualité est donc également une conséquence liée à l'obsolescence programmée et à la faible durée de vie de certains produits. A cela peut également s'ajouter un sentiment de frustration. En effet, certains produits sont rendus inaccessibles suite au faible pouvoir d'achat de certains consommateurs (Dejong, 2013).

La surconsommation engendrée par l'obsolescence programmée, en augmentant le renouvellement de certains produits, implique qu'il faille augmenter la production de ceux-ci. Or les conditions de travail liées à l'extraction des ressources rares nécessaires à la production de nombreux produits d'équipements électriques ou électroniques (DEEE) sont difficiles. En effet, cette production peut se faire dans des pays où il n'y a que peu de protection sociale et où les travailleurs sont surexploités (Les Amis de la Terre, 2015).

### **1.5. Pistes pour lutter contre l'obsolescence programmée**

De nombreuses pistes sont abordées pour lutter contre l'obsolescence programmée. Celles-ci sont principalement d'ordre politique et visent à augmenter la durée de vie des produits et à faciliter leurs réparations ainsi qu'à mieux informer le consommateur. Beaucoup de ces pistes sont théoriques et leur faisabilité est étudiée pour évaluer leur éventuelle mise en œuvre au niveau fédéral. Nous discuterons de ces pistes dans une liste non exhaustive ci-dessous.

- Affichage de la durée de vie des produits :

Une des premières pistes abordées serait d'instaurer un affichage de la durée de vie des produits, offrant ainsi au consommateur une information supplémentaire lui permettant d'améliorer son choix et sa capacité de décision pour acheter un produit qui lui convient au mieux. Le consommateur pourrait donc décider, en connaissance de cause, de payer un

produit plus cher si celui-ci a une durée de vie plus longue. L'indicateur de cette durée de vie pourrait s'apparenter directement à la durée de vie d'usage mais également au nombre d'heures d'utilisation, au nombre de cycles, etc. (RDC environment, 2017). Cependant, pour rendre cette piste la plus efficace possible, il serait nécessaire que le consommateur ait accès aux informations lui permettant de comparer les prix d'achat rapportés à leur durée de vie. Il serait donc intéressant de mettre à disposition du consommateur le coût d'usage annuel des produits (coût d'achat rapporté à sa durée de vie, en ajoutant les consommables et la maintenance), ce qui lui permettrait d'avoir une idée des économies potentielles d'une augmentation de la durée de vie d'un produit. De plus, un produit à longue durée de vie devrait logiquement pouvoir être revendu à un prix plus élevé qu'un bien à durée de vie plus faible (ministère de la Transition écologique, 2017).

- Affichage de la réparabilité des produits et de la disponibilité des pièces détachées :

Cette mesure vise à instaurer l'affichage d'un niveau de réparabilité sur base de certains critères, à savoir, par exemple, la capacité du produit à être démontable, la disponibilité des plans et des pièces détachées. L'objectif est donc d'informer le consommateur, lui permettant de comparer les produits entre eux (RDC environment, 2017). Cette information permettrait également de sensibiliser le consommateur sur la possibilité d'allonger la durée de vie et d'utilisation des produits et l'amènerait à se tourner vers des produits davantage réparables et à avoir recours à la réparation (ministère de la Transition écologique, 2021). Nous aborderons cette piste plus en profondeur dans la deuxième section de ce travail en discutant d'un indice de réparabilité. En effet, depuis janvier 2021, en France, un indice de réparabilité prévu par la loi anti-gaspillage est affiché sur certaines catégories de produits. Celui-ci a pour but d'indiquer aux consommateurs dans quelles mesures les produits peuvent être réparés et donc les inciter à se tourner vers des biens plus durables. Les cinq catégories de produits concernés sont les lave-linge, les téléviseurs, les smartphones, les ordinateurs portables et les tondeuses à gazon (RTL, 2021).

- Encourager le consommateur à avoir une bonne utilisation, à entretenir et à réparer ses produits :

Il pourrait s'avérer intéressant d'informer le consommateur sur les conditions d'utilisation du produit les plus optimales qui soient, de l'inciter à entretenir régulièrement ses produits et également de l'aider à identifier et à réparer lui-même les éventuelles pannes. L'Etat pourrait également intervenir en menant une campagne d'information sur des consignes d'utilisation et d'entretien sur certaines catégories de produits. Les fabricants pourraient également aider les consommateurs en leur fournissant des indications pour diagnostiquer les pannes les plus fréquentes et y apporter une solution ou encore en leur proposant une notice d'entretien ainsi que des consignes d'utilisation claires et précises en insistant sur celles-ci (RDC environment, 2017). Le consommateur peut donc, à son échelle, lutter contre l'obsolescence programmée. Celui-ci a d'ailleurs un levier efficace entre les mains, à savoir son argent. En choisissant de ne pas consommer un tel produit ou de boycotter une telle marque, les consommateurs forcent les entreprises à s'adapter et à modifier leurs offres (Vasseur, 2019). Cependant, les risques liés à la réparation autonome des consommateurs ne sont pas à minimiser et il pourrait donc s'avérer dangereux d'encourager les fabricants à communiquer sur la réparation de certains produits. La sensibilisation à une meilleure consommation ainsi qu'à un meilleur usage des produits semblerait donc plus opportune (RDC environment, 2017).

- L'allongement et la clarification de la garantie légale :

En Belgique, la garantie légale sur les produits neufs est de deux ans. Cependant, la charge de preuve est au vendeur pour les six premiers mois. Après, c'est au consommateur de prouver que le défaut était soit présent au moment de l'achat, soit que celui-ci n'est dû ni à une mauvaise utilisation, ni à un mauvais entretien (RDC environment, 2017). C'est d'ailleurs pour cette raison qu'existe la garantie commerciale payante, qui a pour but de ne pas remettre à charge du consommateur un quelconque défaut du produit même après les six premiers mois. Cependant, en mai 2019, suite à la directive (UE 2019/771) du Parlement européen et du Conseil, la responsabilité à charge du vendeur d'une durée de six mois a été prolongée à un an (Dejong, 2020).

- Les produits reconditionnés :

Au-delà de la réparation, qui permet d'allonger la durée de vie des produits, il est également possible de revendre ses appareils à des professionnels qui s'occuperont de remettre le produit à neuf et de le revendre (Armand, 2019). Ceux-ci sont appelés des biens reconditionnés. Il s'agit d'un produit qui a déjà été utilisé mais qui a été révisé, voire réparé si besoin par un professionnel, puis qui est remis en vente. Ce n'est donc pas un produit d'occasion car il a été testé, réparé et donc révisé, voire parfois réinitialisé. Cependant, certains vendeurs tentent de tromper le consommateur et utilisent le terme « reconditionné » alors que les produits en question n'ont subi aucune vérification. La vente d'un produit reconditionné doit être assortie d'une garantie légale de deux ans, qui peut être ramenée à un an. Cette garantie est assumée par celui qui reconditionne le produit et concerne l'appareil, ses composants ainsi que ses accessoires. Certaines grandes chaînes de magasins proposent également des produits reconditionnés, notamment FNAC, Amazon et Coolblue, gage que ces produits ont du succès (Dejong, 2020). Cependant, Test Achats, une association de consommateurs belges, est mitigée concernant ces produits. En effet, ce système de remise en état et de vérification de conformité des appareils peut permettre aux consommateurs de se procurer des biens initialement chers à des prix raisonnables. L'association juge la démarche intéressante étant donné qu'elle s'inscrit dans une volonté de lutte contre l'obsolescence programmée et de réduction des déchets à condition que le travail de reconditionnement ait été effectué correctement et honnêtement et que la différence de prix soit suffisamment avantageuse pour justifier le risque encouru d'acheter un produit reconditionné. De nombreux comparateurs de prix permettent d'ailleurs de constater que certaines différences de prix permises par le reconditionnement sont déjà souvent disponibles pour des appareils neufs. De plus, cela signifie que le consommateur doit accepter de ne pas posséder le dernier modèle d'un appareil et que son choix est donc restreint (Test Achats, 2017).

En résumé, toutes ces pistes visent à allonger la durée de vie des produits, ce qui permettrait de réduire significativement les impacts sur l'environnement dans le cadre d'une transition vers une économie circulaire. Cela implique pour les consommateurs que ceux-ci entretiennent leurs produits et qu'ils respectent les conditions d'utilisation. Qu'ils soient amenés à les réparer ou à les faire réparer en cas de panne ou/et de leur donner une seconde

vie en les donnant ou en les revendant. D'un autre côté, cela implique pour les fabricants d'inclure l'écoconception dans leur phase de production et donc de concevoir des produits ayant le moins d'impact possible sur l'environnement en les rendant plus robustes, plus facilement réparables, plus adaptables aux évolutions technologiques et plus faciles à entretenir ainsi que de favoriser l'utilisation de matières recyclées lors de la fabrication des produits (ministère de la Transition écologique, 2021).

### **1.6. Vers un changement de modèle économique ?**

Selon l'association Halte à l'obsolescence programmée (HOP), « notre modèle économique et social repose sur la surconsommation, celle-ci devant être sans cesse renouvelée » (MaTerre, 2015). L'obsolescence, que celle-ci soit programmée ou non, semble difficilement séparable de notre modèle économique. Selon une étude publiée dans le journal « Economic Modelling », la croissance économique d'un pays serait corrélée à l'obsolescence. En effet, les pays ayant un taux de dépréciation de leur capital économique élevé, c'est-à-dire qui doivent renouveler leurs infrastructures et produits plus souvent car ils deviennent obsolètes, (Fournier, 2016), auraient une croissance économique plus forte (Science News, 2016). Dans son ouvrage « Bon pour la casse : essais sur l'obsolescence programmée », l'économiste Serge Latouche nous dit d'ailleurs que notre système est basé sur l'obsolescence programmée, notamment à travers cette phrase : « La publicité crée le désir de consommer, le crédit en donne les moyens, l'obsolescence programmée en renouvelle le besoin » (Fournier, 2016). La surconsommation est donc moteur de croissance pour l'économie (Halte à l'obsolescence programmée, 2015).

En plus des pistes abordées précédemment, la lutte contre l'obsolescence programmée peut également s'envisager par une remise en question de notre modèle économique, autant du côté des consommateurs que des producteurs, en vue de produire et de consommer de manière plus responsable.

#### *1.6.1 L'économie circulaire*

Une alternative serait de se baser davantage sur un système d'économie circulaire. Celui-ci vise à sortir du modèle d'économie linéaire en limitant le gaspillage des ressources et la production de déchets et, donc, l'impact environnemental. Il s'agit de passer d'une société du tout jetable à un modèle économique permettant la préservation des ressources, de l'environnement, de la santé, tout en permettant le développement économique et industriel.

Dans le cadre de la loi de transition énergétique pour la croissance verte en France, une définition a été donnée pour l'économie circulaire (code de l'environnement, article L. 110-1-1) : « La transition vers une économie circulaire vise à dépasser le modèle économique linéaire consistant à extraire, fabriquer, consommer et jeter en appelant à une consommation sobre et responsable des ressources naturelles et des matières premières primaires ainsi que, par ordre de priorité, à la prévention de la production de déchets, notamment par le réemploi des produits et, suivant la hiérarchie des modes de traitement des déchets, à une réutilisation, à un recyclage ou, à défaut, à une valorisation des déchets » (ministère de la Transition écologique, 2020). Au niveau européen, le plan d'action de l'Union européenne a donné comme définition de l'économie circulaire : « Une économie dans laquelle la valeur des produits, des matières et des ressources est maintenue dans l'économie aussi longtemps que possible et la production de déchets est réduite au minimum » (Millénaire 3, 2021). La Ellen MacArthur Foundation, qui vise à accélérer la transition vers un modèle circulaire, la décrit ainsi : « Une économie circulaire est une économie conçue pour être réparatrice et régénératrice et vise à maintenir les produits, les composants et les matériaux à leur plus grande utilité et valeur à tout moment. Ce nouveau modèle économique cherche à découpler le développement économique mondial de la consommation de ressources » (Millénaire 3, 2021).

La loi anti-gaspillage pour une économie circulaire a donc été publiée en France en 2020 et s'articule autour de cinq grands axes, à savoir (ministère de la Transition écologique, 2020) : sortir du tout jetable, mieux informer les consommateurs, lutter contre le gaspillage et pour le réemploi solidaire, mieux produire et agir contre l'obsolescence programmée, notamment via la mise en place d'un indice de réparabilité que nous approfondirons dans le prochain chapitre dédié à celui-ci.

### **1.7. Que se passe-t-il au niveau européen ?**

En mars 2020, la Commission a adopté un nouveau plan d'action pour l'économie circulaire, constituant l'un des principaux éléments du pacte vert pour l'Europe, qui est un ensemble de mesures visant à engager l'UE sur la voie de la transition écologique, l'objectif étant d'atteindre la neutralité climatique à l'horizon 2050. Celui-ci a été lancé par la Commission en décembre 2019 (Conseil de l'Union européenne, 2022). Ce plan prévoit des mesures à mettre en œuvre tout au long du cycle de vie des produits et vise à rendre l'économie adaptée à un

avenir vert, à renforcer la compétitivité tout en protégeant l'environnement et en octroyant de nouveaux droits aux consommateurs. Il met donc l'accent sur la conception et la production dans la perspective de l'économie circulaire, dans le but d'assurer que les ressources nécessaires à la fabrication restent dans l'économie de l'Union européenne le plus longtemps possible (Commission européenne, 2020). Il prévoit des mesures telles que notamment : faire en sorte que les produits durables deviennent la norme dans l'UE, donner aux consommateurs les moyens de choisir ainsi que de garantir moins de déchets (Dejong, 2020).

En mars 2022, la Commission propose de mettre à jour les règles de l'Union européenne en matière de protection des consommateurs dans le but de leur donner les moyens d'agir en faveur de la transition écologique. Cela a pour but de leur permettre de faire des choix réfléchis et respectueux de l'environnement lors de l'achat de leurs produits. Ils auront le droit de savoir quelle sera la durée de vie du produit et d'avoir des informations pour réparer celui-ci. Ces règles visent donc à renforcer la protection des consommateurs contre les allégations environnementales peu fiables, voire fausses et/ou trompeuses en interdisant notamment le greenwashing, qui sera d'ailleurs brièvement abordé dans la section du chapitre 2 sur l'attitude des entreprises à la réparation. M<sup>me</sup> Věra Jourová, vice-présidente chargée des valeurs et de la transparence, a d'ailleurs déclaré : « Nous soutenons les consommateurs qui sont désormais à la recherche de produits plus durables et plus réparables. Nous devons veiller à ce que leur démarche volontaire ne soit pas entravée par des informations trompeuses. Grâce à cette proposition, nous leur donnons de nouveaux outils solides pour faire des choix éclairés et accroître la durabilité des produits et de notre économie » (Conseil de l'Union européenne, 2022). M. Didier Reynders, commissaire à la justice, a également ajouté que les objectifs fixés ne seraient pas atteints si nous ne commençons pas à consommer de manière plus durable, de plus que la plupart des consommateurs sont prêts à faire leur part, mais qu'à l'opposé les cas d'obsolescences précoces et de greenwashing se multiplient. La Commission propose donc de modifier la directive relative aux droits des consommateurs dans le but d'obliger les professionnels à leur fournir des informations sur la durabilité et la réparabilité des produits. En effet, le vendeur devra fournir des informations pertinentes sur les réparations telles que notamment l'indice de réparabilité, si celui-ci est déployé dans le pays en question, et/ou d'autres informations telles que la disponibilité des

pièces de rechange ou un manuel de réparation. Le consommateur devra également être informé par les mises à jour logicielles fournies par le producteur (Conseil de l'Union européenne, 2022). De plus, des modifications seront également apportées à la directive sur les pratiques commerciales déloyales (DPCD). De nouvelles pratiques seront ajoutées à la « liste noire » déjà existante des pratiques commerciales déloyales, notamment le fait de ne pas informer des éventuelles fonctionnalités introduites pour limiter la durabilité d'un produit, comme par exemple un logiciel conçu pour bloquer ou dégrader le fonctionnement de celui-ci après un certain laps de temps. Il est aussi question d'interdire l'affichage d'un label de durabilité qui n'a pas reçu de certification ou qui n'a pas été mis en place par les autorités publiques, tout comme le fait de ne pas informer le consommateur qu'un bien fonctionnera de manière limitée si celui-ci utilise des consommables, des pièces de rechange ou des accessoires qui ne sont pas fournis par le producteur. Ces propositions visent donc à garantir la sécurité juridique pour les producteurs et à faciliter l'application de la législation dans le cas d'obsolescence rapide des produits. Elles visent également à influencer les changements nécessaires dans le comportement des consommateurs en veillant à ce que ceux-ci disposent des informations les plus complètes possible sur la durabilité et la réparabilité des produits qu'ils achètent (Conseil de l'Union européenne, 2022).

Cependant, il apparaît que la machine législative est souvent lente et les résistances de la part des secteurs industriels concernés, dont les lobbys, tenteront probablement de freiner ces évolutions juridiques. En effet, les propositions ci-dessus doivent encore être examinées par le Conseil ainsi que par le Parlement européen, pour ensuite être adoptées et transposées dans la législation nationale des Etats membres de l'Union européenne pour que celles-ci soient effectives (Dejong, 2020) (Conseil de l'Union européenne, 2022).

## 2. Un indice de réparabilité pour lutter contre l'obsolescence programmée

Nous l'avons donc évoqué précédemment à plusieurs reprises, une des pistes poursuivies pour lutter contre la problématique qu'est l'obsolescence programmée et les diverses conséquences, notamment économiques et sociales, qu'elle engendre est l'affichage obligatoire d'un indice de réparabilité sur certaines catégories de produits qui, en affichant une note sur 10, informe les consommateurs sur le caractère plus ou moins réparable des produits concernés. Cela permet de faire appel à la consommation responsable et de sensibiliser les consommateurs sur la possibilité d'allonger la durée de vie et d'utilisation de leurs appareils, en orientant leurs comportements d'achat vers des produits plus facilement réparables et en les incitant à avoir davantage recours à la réparation en cas de panne. De plus, cet outil constitue également un moyen de lutte contre l'obsolescence, programmée ou non, pour éviter la mise au rebut trop rapide des produits et préserver les ressources naturelles nécessaires à la production de ceux-ci (ministère de la Transition écologique, 2021). Nous aborderons premièrement la réparabilité, et donc la réparation en général, ainsi que les facteurs encourageant et décourageant celle-ci. Nous discuterons ensuite dans ce chapitre dédié à cet indice des intérêts de celui-ci, des produits concernés, de ses critères de notation, comment celui-ci est calculé et également des limites de cet indice.

### 2.1. Réparabilité

La réparabilité du produit est un néologisme<sup>1</sup> faisant référence à la capacité d'un produit à être réparé. Cette réparation, en marketing, désigne autant une réparation exercée de manière autonome par l'utilisateur qu'une réparation réalisée par un prestataire ou un service après-vente. Cela fait également référence aux aspirations pratiques et utiles pour le consommateur, notamment en termes de gain économique et de pouvoir d'achat, ainsi qu'à ses bienfaits environnementaux. La réparabilité s'inscrit également en réponse à une stratégie de lutte contre l'obsolescence programmée (Bathelot, 2017). Nous allons donc nous intéresser à la réparation, qui participe à l'économie circulaire en contribuant à l'allongement de l'usage des produits et à la réduction des consommations des ressources et des déchets (ADEME, 2020).

---

<sup>1</sup> Définition : Mot nouveau ou détourné de sa langue d'origine. Modernise un concept en le redéfinissant.

### *2.1.1. L'attitude des consommateurs à la réparation*

L'attitude des consommateurs par rapport à la réparation dépend de nombreux facteurs tels que, notamment, la procédure de réparation, le profil et le caractère de ceux-ci ainsi que leurs exigences et le marché correspondant (Mostafa Sabbaghi, 2016). En effet, bien qu'une prise de conscience se fasse et qu'une volonté de réparer augmente, il existe bien des facteurs qui découragent les consommateurs de réparer des produits défectueux. Le coût de réparation est un premier élément dissuasif, qui pousse le consommateur à se tourner vers un achat neuf, de remplacement, plutôt que d'avoir recours à la réparation. Cependant, le prix initial payé pour le produit défectueux peut jouer un rôle dans la décision du consommateur de s'en débarrasser et de le remplacer ou, au contraire, de le garder et de tenter de le réparer (Mostafa Sabbaghi, 2016). D'un autre côté, par le fait que les prix des appareils soient très compétitifs et donc très bas, il est facile pour le consommateur de se procurer un produit neuf plutôt que de payer pour réparer le produit actuel. Les délais de réparation trop longs ou la crainte d'un échec de la réparation (HOP, 2021) peuvent également démotiver le consommateur. Un produit est cependant parfois prêté durant le délai de réparation pour combler la perte d'usage du produit. Le manque d'informations sur le caractère réparable de l'appareil ainsi qu'un manque d'informations concernant les réparateurs disponibles constituent également des freins à la réparation (ADEME, 2019). Les attitudes d'un consommateur face à la réparation sont donc complexes. L'attachement émotionnel qu'il porte au produit a également un rôle à jouer dans sa propension à le réparer. A cela s'ajoute également sa conscience écologique, son style de vie, sa frugalité et sa motivation à entretenir et à conserver correctement ses biens et sa tendance à acheter des biens facilement réparables. De plus, des facteurs sociodémographiques tels que l'âge, l'éducation ainsi que le revenu influencent également l'attrait d'un consommateur pour la réparation (Mostafa Sabbaghi, 2016).

Pour que cet indice de réparabilité s'avère le plus efficace possible, il est nécessaire que les consommateurs aient recours à la réparation en vue d'allonger la durée d'usage de certains produits. On observe une prise de conscience écologique chez les consommateurs. Selon une enquête réalisée par l'ADEME (l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) en collaboration avec FNAC DARTY, spécialisée dans la vente de produits électroménagers, électroniques et culturels, 91% des Français sont d'accord avec l'affirmation selon laquelle « la

réparation permet de réduire la quantité de déchets produits ». Selon 50% des Français, la réparation permet également de faire des économies en donnant une seconde vie à leurs produits. De plus, toujours selon un sondage de l'ADEME datant de 2019, 81% des Français ont une image positive de la réparation (Carenews, 2021) (ADEME, 2019).

### *2.1.2. L'attitude des entreprises à la réparation*

La réparabilité dépend également de la volonté des fabricants de concevoir des produits réparables. En effet, nous pouvons nous interroger sur la volonté des concepteurs de concevoir des produits réparables et qui durent longtemps. Une politique pour une conception de produits de plus courte durée de vie et moins facilement réparables est souvent choisie en vue d'augmenter la demande et de pousser le consommateur à renouveler ses achats (Mostafa Sabbaghi, 2016). Nous pouvons également nous poser la question de savoir si ceux-ci ne chercheraient pas à « concevoir un produit de manière à ce qu'il se détériore assez rapidement, tout en laissant intacte la confiance du client dans le produit et dans le fabricant » (EconoEcolo, 2019). Nous ne pouvons pas pour autant affirmer que les marques rendent intentionnellement leurs produits irréparables ou difficilement réparables. Selon Laetitia Vasseur, présidente et fondatrice de l'association Halte à l'obsolescence programmée, « il y a surtout un désintérêt total. Les marques misent plutôt sur le design et la technologie. La durabilité ne les intéresse pas » (Carenews, 2021). Cependant, comme dit précédemment, une prise de conscience se fait chez les consommateurs et ceux-ci ont une image de plus en plus positive de la réparation. Il nous paraît donc difficile pour les fabricants et pour les distributeurs de ne pas prendre en compte cette tendance. Certaines marques ont d'ailleurs anticipé celle-ci depuis bien longtemps, notamment dès 2008, comme le groupe SEB. Selon Joël Tronchon, directeur du développement durable du groupe, il y avait énormément de concurrence avec des produits très low-cost provenant d'Asie dans les années 2000. Ils ont donc décidé de se différencier en incluant la réparabilité au cœur de leur entreprise, en se disant que cela finirait par payer et que les consommateurs préféreraient acheter des produits plus durables. En 2014, déjà 95% de leurs produits commercialisés étaient réparables. Cela était rendu possible par le fait que la marque écoconcevait ses produits en prenant en compte la démontabilité de ceux-ci et en conservant les pièces nécessaires à la réparation pendant 10 années (Carenews, 2021). Derrière cette tendance des marques à s'adapter, se cache parfois une pratique marketing visant à tromper le consommateur, à savoir le greenwashing

(écoblanchiment en français). Cette technique vise à communiquer avec des arguments en faveur de l'écologie et du développement durable pour avoir une image écologiquement responsable et permet donc de se positionner en tant que telle alors qu'en réalité, les faits ne correspondent pas à la teneur des engagements (Garrett, 2022).

Les procédés les plus courants rendant obsolètes certains produits électroniques et électroménagers et amenant ainsi les consommateurs à se débarrasser de ceux-ci pour renouveler leurs achats sont la fragilité des composants, l'indisponibilité des pièces détachées ainsi que l'inaccessibilité des pièces essentielles au bon fonctionnement du produit (Francebleu, 2021). Les entreprises, en se comportant de la sorte, créent des barrières à la réparation et découragent le consommateur de se tourner vers celle-ci.

### *2.1.3. L'attitude des secteurs de la réparation à la réparation*

Depuis quelques années, de plus en plus de plateformes et d'associations se mettent en place avec pour but de favoriser, d'encourager et de faciliter la réparation. On assiste d'ailleurs à la multiplication des repair cafés où l'on peut venir avec un objet en panne et se faire aider gratuitement pour le réparer, de plus en plus de sites web ou de tutoriels, également sur la plateforme YouTube. Il y a aussi le site iFixit, qui est une plateforme en ligne spécialisée dans les tutoriels de réparation et vente d'outils et de pièces détachées, qui affiche également des scores de réparabilité. Une ASBL belge, Repair Together, s'occupe également de coordonner le réseau des repair cafés et propose une liste de réparateurs partout en Belgique (Dejong, 2020).

De plus, on a constaté en France une augmentation de la volonté des personnes de réparer elles-mêmes leurs biens défectueux durant la crise sanitaire du Covid-19. La société Murfy, spécialisée dans la réparation d'électroménagers, ne pouvant plus être sur le terrain à cause de la crise sanitaire, a effectué 4.500 diagnostics à distance en un mois, avec un taux de réussite des réparations de 80%, permettant à de nombreux consommateurs de prolonger la durée de vie de leurs appareils. Cependant, la société affirme que certaines pannes auraient pu être évitées avec un meilleur entretien des appareils en amont. Spareka, une société spécialisée dans la vente de pièces détachées et d'outils d'aide à la réparation, a également constaté une hausse de visionnage de ses tutoriels durant cette période (consoGlobe, 2020).

## 2.2. Un indice de réparabilité

Un indice de réparabilité a été déployé en France depuis janvier 2021<sup>2</sup>, prévu par la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire, sur cinq catégories de produits électroménagers et électroniques. C'est, d'ailleurs, le seul pays de l'Union européenne à avoir instauré un indice de réparabilité sur son territoire. Nous allons nous pencher sur les intérêts et sur les objectifs poursuivis par la mise en œuvre d'un tel indice, sur la manière dont est calculé celui-ci et sur ses critères en terme de notation. Nous nous intéresserons aussi aux limites de cet indice ainsi qu'à son évolution.

### 2.2.1. Intérêts et fonctionnement de cet indice

L'indice de réparabilité a donc pour but de lutter contre l'obsolescence programmée ou non, en informant les consommateurs sur le caractère plus ou moins réparable des produits via une note. Plus la note est élevée, plus l'appareil sera facile à réparer (Metro, 2021). L'acheteur aura donc plus d'informations concernant la réparabilité des produits qu'il souhaite acheter. Un des objectifs principaux est d'allonger la durée de vie d'utilisation des appareils en incitant les acheteurs à se tourner vers des produits plus réparables mais également de leur rappeler que lorsqu'un produit est défectueux ou tombe en panne, il est possible de le réparer. Il permet également d'inciter les acheteurs à avoir recours à la réparation et d'éliminer certains freins liés à celle-ci, notamment abordés dans la section précédente, et de faire appel à la consommation responsable. Cela permet de lutter contre le gaspillage en diminuant la mise en rebut trop précoce des produits et de préserver l'environnement en limitant les ressources naturelles nécessaires à la production de ceux-ci (ministère de la Transition écologique, 2021).

Selon Jean-Louis Bergey, expert national en économie circulaire et matières premières, « l'indice joue son rôle car il pousse les entreprises à modifier leurs produits de façon à afficher une note correcte (...) Les marques se disent que cette note risque d'avoir une influence sur les consommateurs » (Carenews, 2021). Il met donc la pression sur les fabricants et les incite à améliorer leurs produits. L'indice a d'ailleurs été créé en concertation avec différents acteurs, notamment des associations d'entreprises et de consommateurs, des fabricants, des réparateurs, des entreprises spécialisées dans la réparation, des organisations non

---

<sup>2</sup> Voir Annexe 1 : L'indice de réparabilité

gouvernementales, des vendeurs, des distributeurs, tous à un degré d'implication différent, et ce, pendant 2 ans et demi.

Les vendeurs ont pour obligation d'afficher la note finale de l'indice au moment de l'acte d'achat à proximité du prix en respectant la signalétique imposée. Un affichage en rayon pour la vente en magasin et un affichage de la note sur la page de présentation du produit pour la vente en ligne. Les vendeurs peuvent également décider d'afficher l'indice sur d'autres supports de communication. Le détail de la notation est aussi obligatoirement mis à disposition du consommateur au moment de l'acte d'achat, notamment via une borne en magasin, un code QR ou un tableau disponible en téléchargement ou sur une page web. Le consommateur a également le droit de réclamer l'indice et le détail de sa notation au producteur qui devra les lui fournir dans un délai de 15 jours, sans frais. Cette obligation est d'application au minimum 2 ans après la mise sur le marché de la dernière unité du produit. De plus, pour introduire au mieux cet indice de réparabilité, le ministère de la Transition écologique a mis à disposition des professionnels et du public des documents nécessaires à la réalisation du calcul et à un affichage adapté, notamment une charte graphique pour assurer un affichage uniforme, facilement identifiable, reconnaissable ainsi que compréhensible pour le consommateur (ministère de la Transition écologique, 2021). Des couleurs correspondent également au niveau de réparabilité de l'indice et sont déterminées par des intervalles, à savoir la couleur rouge pour tout indice supérieur ou égal à 1,9 ; la couleur orange pour tout indice supérieur ou égal à 2 et inférieur ou égal à 3,9 ; la couleur jaune pour tout indice supérieur ou égal à 4 et inférieur ou égal à 5,9 ; la couleur vert clair pour tout indice supérieur ou égal à 6 et inférieur ou égal à 7,9 ; la couleur vert foncé pour tout indice supérieur ou égal à 8 et inférieur ou égal à 10 (ministère de la Transition écologique, 2020). De plus, une notice d'aide au calcul en complément des textes réglementaires ainsi que des grilles de calcul de l'indice pour chaque catégorie de produits développées par l'ADEME est mise à disposition pour un traitement automatique et fiable du calcul. Le fabricant est d'ailleurs tenu de conserver ses calculs pour les présenter en cas de contrôle et justifier la note obtenue (ministère de la Transition écologique, 2021).

Les autorités françaises espèrent que cet indice de réparabilité contribuera à atteindre un taux de réparation de 60% dans les cinq années à venir, sachant qu'en 2020, en France, seulement

40% des appareils électriques et électroniques en panne sont réparés (L'indice de réparabilité, 2021).

### *2.2.2. Les cinq catégories de produits*

Depuis 2021, cet indice couvre cinq catégories de produits d'équipements électriques et électroniques : les machines à laver à hublot, les smartphones, les ordinateurs portables, les téléviseurs et les tondeuses à gazon électriques. Ces produits ont été sélectionnés car ils sont très nombreux et ont un impact conséquent sur le budget économique des ménages ainsi que sur l'environnement. De plus, de nombreux acteurs ayant participé à la création de cet indice étaient en accord avec ces produits. Nous allons donc discuter dans cette section de l'obsolescence de ces produits.

Pour rappel, les raisons les plus courantes rendant obsolètes ces produits sont la fragilité des composants, l'indisponibilité des pièces détachées ainsi que l'inaccessibilité des pièces essentielles au bon fonctionnement du produit (Francebleu, 2021).

Concernant les smartphones, l'obsolescence programmée de ceux-ci peut se faire de deux manières différentes. Premièrement, en sélectionnant des composants et/ou des éléments plus fragiles, qui deviendront obsolètes plus rapidement, ce qui est difficile à prouver ainsi qu'à sanctionner. Une deuxième méthode consiste à faire varier les paramètres du système d'opération du smartphone, notamment via des mises à jour (iClinique, 2016). En effet, des mises à jour successives sont fréquemment suspectées d'être une des causes du renouvellement prématuré des appareils. Les utilisateurs percevraient le produit comme lent et vieux et seraient amenés à se tourner vers un nouvel achat. Apple a d'ailleurs été condamné à payer 25 millions d'euros suite à la plainte déposée par l'association HOP le 7 février 2020 pour avoir ralenti ses iPhones. En effet, dans sa plainte, l'association dénonçait les ralentissements et les dysfonctionnements des iPhones suite à la mise à jour du système d'exploitation. Selon elle, Apple encourageait les utilisateurs à télécharger les mises à jour fréquentes tout en sachant les conséquences sur les appareils (HOP, 2020). Paradoxalement, l'absence de mise à jour est l'une des raisons principales pour lesquelles un utilisateur change de smartphone. En effet, les constructeurs des logiciels n'accompagnent pas forcément les évolutions vers les versions supérieures, les constructeurs de smartphones reportent alors la responsabilité sur ceux-ci (HOP, 2020). La Commission européenne a d'ailleurs proposé d'obliger l'extension jusqu'à 5 ans de l'obligation des constructeurs de smartphones de fournir

des mises à jour logicielles. En moyenne, les smartphones sous le processeur Android reçoivent des mises à jour logicielles pendant deux années et demie. Apple et Samsung, eux, s'engagent à fournir respectivement des mises à jour pendant 5 et 4 ans (consoGlobe, 2021).

Du point de vue des ordinateurs portables, les réparateurs ont rapporté de manière générale une diminution de la facilité de réparation de ceux-ci, notamment en raison de la miniaturisation constante des appareils et des composants. De plus, ceux-ci sont pour la plupart du temps soudés ou collés entre eux, rendant difficile la démontabilité de l'appareil. Cela semble confirmer le fait que les ordinateurs portables soient les produits avec le score le plus faible en terme de note d'indice de réparabilité des cinq catégories (HOP, 2021).

Concernant les téléviseurs, les politiques de modernisation, notamment avec les améliorations permettant d'avoir une meilleure image, d'augmenter le nombre de chaînes ou encore de libérer des fréquences pour les opérateurs mobiles, poussent les consommateurs à opter pour un nouveau téléviseur. Selon l'association HOP, les conséquences écologiques, sociales ainsi qu'économiques devraient davantage être prises en considération (Les Numériques, 2021). Une enquête menée par l'association HOP estime la durée de vie des téléviseurs à 7 ans et demi, contre 11 ans espérés par les consommateurs. Les failles majeures seraient le manque de fiabilité et de démontabilité, des composants sous-dimensionnés ainsi que des mises à jour incompatibles, amenant l'utilisateur à se tourner vers un nouvel achat. L'association relève également certaines pannes majeures dans les téléviseurs, à savoir le rétroéclairage LED qui est souvent sous-dimensionné et, par conséquent, difficile, voire impossible à réparer, tout comme les condensateurs qui seraient également de mauvaise qualité. La réparabilité des téléviseurs n'est donc pas chose aisée, en témoignent les notes de l'indice de réparabilité avec une moyenne de 6,8/10, avec de fortes disparités entre les différents modèles et les différentes marques. Une augmentation des bugs logiciels a également été constatée sur les téléviseurs connectés, les mises à jour ne couvrant pas l'ensemble du cycle de vie et rendant le système d'exploitation obsolète. L'association HOP propose donc des recommandations à destination des fabricants, à savoir notamment : des composants de meilleure qualité, intégrer l'écoconception et la durabilité, augmenter la réparabilité, réduire l'obsolescence logicielle (Midi Libre, 2021). L'association ajoute, d'ailleurs, dans son rapport que rien n'est fait pour engager le consommateur à réparer sa télévision. Les pièces détachées ne restent pas disponibles assez longtemps. De plus, la

fragilité des composants implique que même si la pièce est disponible, il faut tout de même tout changer pour réaliser la réparation, engendrant parfois des coûts supérieurs au prix du téléviseur (Phonandroid, 2021).

L'association HOP, dans son rapport sur l'obsolescence des lave-linge, en collaboration avec Murfy, spécialisée dans la réparation des gros électroménagers, déplore le fait que la durée de vie des lave-linge ait diminué de 30% en 8 ans. Ce rapport indique que cette diminution est due à l'inaccessibilité, à la conception ainsi qu'aux prix très élevés de certaines pièces essentielles au bon fonctionnement de l'appareil. Ces cas d'irréparabilité amènent à se questionner sur l'intentionnalité de la réparabilité de la part des marques. Selon le CEO de Murfy, Guy Pezaku, « la mise en place de l'indice de réparabilité, via l'adoption de la loi anti-gaspillage, permettra d'aller dans ce sens. Plus le consommateur sera informé, plus il sera en mesure d'agir » (HOP, 2019).

### *2.2.3. Les critères de notation*

Le calcul de l'indice de réparabilité de chaque catégorie de produits se base sur cinq critères<sup>3</sup>. Ceux-ci sont divisés en sous-critères permettant de leur donner une note sur vingt. Ces notes sont additionnées pour ensuite être remises sur dix et donner la note finale de l'indice de réparabilité d'un produit. Les cinq critères permettant la notation de cet indice sont (ministère de la Transition écologique, 2021) (Frandroid, 2021) :

- La documentation

Le score obtenu pour ce premier critère est déterminé par l'engagement du producteur à rendre disponibles gratuitement, en nombre d'années, les documents techniques auprès des consommateurs et des réparateurs. Cette documentation inclut tous les types de documents permettant la compréhension pour réparer ou entretenir le produit, notamment schémas, manuels d'instruction, vues éclatées, etc. Nous constatons que dans le barème de référence pour un smartphone, l'accent est mis sur la durée de disponibilité de chaque sous-critère. Cette durée est estimée à sept ans ou plus pour obtenir le nombre maximum de points. Cependant, dans le barème de référence pour les téléviseurs, nous pouvons constater que cette durée est évaluée à onze années ou plus pour obtenir tous les points.

---

<sup>3</sup> Voir Annexe 2 : Critères de l'indice de réparabilité

- Démontabilité et accès, outils, fixations

Le score obtenu pour ce deuxième critère est déterminé par plusieurs sous-critères, notamment la facilité de démontage du produit. Le nombre d'étapes nécessaires à l'accès de certains composants est donc un barème de référence permettant de donner une note à un produit. Les types d'outils nécessaires au démontage sont un second sous-critère, notamment le fait qu'il faille utiliser un outil, que celui-ci soit uniquement possédé par le producteur, spécifique, accessible ou qu'il n'en faille tout simplement pas. Un appareil dont toutes les pièces importantes sont amovibles et qui ne requiert que peu d'étapes pour accéder aux composants internes, et ce, à l'aide d'un outil facilement accessible, se verra donc attribuer une bonne note pour ce deuxième critère.

- La disponibilité des pièces détachées

Le score obtenu pour ce troisième critère se base sur l'engagement du producteur à rendre disponibles les pièces détachées d'un produit auprès des consommateurs et des réparateurs. L'indisponibilité des pièces détachées constitue un gros frein à la réparation. Le nombre d'années durant lesquelles celles-ci restent disponibles ainsi que leur délai de livraison sont également des critères à prendre en compte lors de la notation.

- Prix des pièces détachées

Le score obtenu par ce quatrième critère est déterminé par le rapport entre le prix de vente des pièces détachées et le prix du produit. Pour ce faire, le prix du composant le plus cher d'un produit est additionné à la moyenne des prix des autres composants de celui-ci. Le résultat obtenu est ensuite divisé par deux. Ce nouveau résultat est ensuite divisé par le prix conseillé du produit pour arriver à un pourcentage aussi appelé ratio. Par exemple, si le ratio obtenu est de 0,2, cela signifie que le prix d'une réparation revient à environ 20% du produit neuf. Les points pour ce critère sont donc attribués en fonction du ratio obtenu.

Plus le ratio est bas, plus les points seront élevés. D'ailleurs, si le résultat du ratio obtenu est supérieur à 0,3, alors le nombre de points attribués à ce critère est de zéro.

- Spécifiques

Le score obtenu par ce cinquième et dernier critère est déterminé par des sous-critères qui sont propres à la catégorie du produit concerné. Cependant, ceux-ci diffèrent peu et sont

d'ailleurs les mêmes pour les smartphones et les ordinateurs portables, à savoir l'information sur la nature des mises à jour, l'assistance à distance sans frais et la possibilité de réinitialisation logicielle. Pour les téléviseurs, seul le premier critère change, à savoir l'information sur la nature des mises à jour, pour être remplacé par l'accessibilité du compteur d'usage. Les critères de notation pour les machines à laver à hublot sont d'ailleurs identiques à ceux des téléviseurs. Concernant les tondeuses, un critère supplémentaire est à prendre en compte, à savoir l'utilisation d'une batterie multiproduit.

#### *2.2.4. Limites de cet indice de réparabilité*

Cependant, le système de notation mis en place pour calculer cet indice de réparabilité soulève certaines incertitudes quant à l'efficacité et à la fiabilité de celui-ci. Selon Marteen Depypere, de la société iFixit, qui est une plateforme en ligne spécialisée dans les tutoriels de réparation et les ventes d'outils et de pièces détachées, l'indice de réparabilité est un compromis, un terrain d'entente entre les différents acteurs. L'indice a, pour rappel, d'ailleurs été créé en concertation avec les ONG et les associations de consommateurs ainsi qu'avec les marques (Frandroid, 2021).

En effet, ce sont les constructeurs, donc les marques, qui s'autoévaluent et qui s'attribuent une note pour chacun des critères. Ils s'appuient sur les barèmes vus dans la section précédente, fournis par le gouvernement. Cela s'explique par le fait qu'il est compliqué pour les autorités de gérer la notation des nouveaux produits au sein de leur territoire ainsi que ceux déjà commercialisés et que les entreprises sont plus à même d'évaluer elles-mêmes les produits qu'elles conçoivent. Celles-ci ont donc connaissance des critères sur lesquels s'appliquer pour obtenir une bonne note. Il leur est cependant conseillé de procéder à la notation sans tricher car des éventuels contrôles auront peut-être lieu dans un futur proche (Frandroid, 2021). En effet, si la date du 1<sup>er</sup> janvier 2021 marquait l'entrée en vigueur de cet indice de réparabilité, les acteurs concernés par celui-ci se sont vu accorder une période de transition d'une année. La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), qui est « un service du ministère de l'Economie chargé de vérifier si les entreprises respectent bien le droit de la consommation » (Service-public.fr, 2021), commence à procéder à des contrôles à partir de janvier 2022. De plus, tricher et mentir sur certains critères en surévaluant ceux-ci pour obtenir une bonne note pourrait avoir des

conséquences désastreuses pour la marque et pour son image ainsi que sur la confiance qu'ont les consommateurs envers celle-ci (Phonandroid, 2021).

Un autre point important qui soulève certaines interrogations quant à cet indice de réparabilité est la pondération de celui-ci. La notation affichée par le site iFixit, qui a aidé la France à créer cet indice de réparabilité, n'est pas la même que celle affichée par le fabricant Samsung concernant un de ses produits. Cette différence s'explique par le fait qu'iFixit ne prend en compte que la démontabilité des produits pour savoir si un consommateur est apte à le réparer seul. Or l'aspect démontabilité ne représente que 20 % de la note. Un appareil peut donc obtenir une très mauvaise note sur cette partie et gagner des points en fournissant une excellente documentation étant donné que la pondération est la même. De plus, Marteen Depypere explique qu'il est facile de gagner beaucoup de points sur certaines parties étant donné le peu de contraintes auxquelles faire face pour remplir tous les critères nécessaires à l'obtention d'une bonne note (Frandroid, 2021). L'association de consommateurs UFC-Que Choisir, en France, remet elle aussi en question la pondération de cet indice. En effet, selon cette association, le fait que chaque critère pèse le même poids dans la note finale pose problème car cela ne permet pas de se rendre compte de l'impact de certains critères déterminants tels que la disponibilité des pièces détachées (Les Numériques, 2022). Selon elle, cette construction de l'indice aboutit à des incohérences, notamment lorsque des appareils électroniques tels que des smartphones et des téléviseurs obtiennent une note inférieure à la moyenne concernant le critère de disponibilité des pièces détachées, respectivement 4,8/10 et 3,1/10, mais que les notes finales affichent des indices convaincants de 7,2/10 et de 6,6 sur 10. Il pourrait donc s'avérer opportun de revoir la pondération. L'association de consommateurs demande d'ailleurs aux pouvoirs publics de réviser la construction de cet indice et de rendre obligatoire l'affichage de la grille de notation lors de l'acte d'achat (Challand, 2022). Il reste à voir si les fabricants et les marques, qui pour rappel ont également participé à l'élaboration de cet indice, ne s'y opposeront pas (Frandroid, 2021). Les fabricants ont donc, avec l'indice de réparabilité, la possibilité de donner à leurs produits un avantage superficiel en accumulant les points très facilement et en gonflant ceux-ci, et donc de tromper le consommateur tout en respectant la loi. L'association UFC-Que Choisir estime que cet indice donne un satisfecit artificiel aux fabricants. Un autre problème que l'on pourrait souligner serait la manière dont les marques affichent cet indice de réparabilité. En effet, les

constructeurs ne sont pas toujours favorables à rendre la note finale de cet indice simple à trouver pour le consommateur. Par exemple, sur le site du constructeur Samsung, l'indice est facilement visible et accessible tandis que chez le constructeur concurrent Apple, il est très compliqué d'en trouver l'aperçu (Challand, 2022). Par ailleurs, nous pouvons observer que lorsque nous nous rendons sur le site web de la marque Samsung, il faut se rendre sur le site français pour obtenir la note de l'indice de réparabilité, qui n'est pas affiché en Belgique. Il est donc important qu'au-delà d'avoir un impact sur le comportement des consommateurs ainsi que sur les fabricants, cet indice soit également déployé dans d'autres pays. En effet, selon la plateforme en ligne Spareka, également impliquée dans l'implémentation et le suivi de cet indice, celui-ci aurait beaucoup plus d'impact sur des grandes marques internationales en étant appliqué à l'Europe entière. D'autres pays, notamment la Belgique, travaillent pour déployer cet indice sur leur territoire. Il faudra cependant veiller à instaurer une certaine cohérence entre les indices de tous ces pays européens (Spareka, 2021).

### 3. Le rapport des différents acteurs à la consommation responsable et à un indice de réparabilité

Dans ce dernier chapitre, nous allons nous intéresser aux principaux acteurs concernés par le déploiement d'un indice de réparabilité. Nous nous pencherons sur l'attitude des consommateurs face à un indice de réparabilité pour mieux comprendre l'impact de celui-ci. Nous nous intéresserons ensuite aux comportements des entreprises face à l'indice, avant ainsi qu'après que celui-ci a été déployé. Enfin, nous discuterons de l'avenir et de l'évolution de cet indice.

#### 3.1. L'attitude des consommateurs face à un indice de réparabilité

Pour que cet indice de réparabilité remplisse ses objectifs, à savoir lutter contre l'obsolescence programmée ou non et éviter le gaspillage des ressources en allongeant la durée de vie d'utilisation des appareils, il est important que les consommateurs aient conscience que celui-ci existe et qu'ils en aient une bonne compréhension ainsi qu'une image positive pour lui accorder du crédit et le prendre en considération lors de leurs achats. Selon une étude quantitative de l'agence Clint réalisée en décembre 2021, soit un an après l'apparition de l'indice, dans le cadre d'un rapport sur l'évaluation de l'indice de réparabilité en France par l'association HOP, 55% des Français sont au courant de l'existence de cet indice. Cependant, de nombreux réparateurs, également concernés par cet indice, ne sont pas au courant de l'existence de celui-ci (HOP, 2021). Ensuite, pour avoir une meilleure idée de la compréhension qu'ont les consommateurs de l'indice de réparabilité, un questionnaire avec des fausses caractéristiques de l'indice a été créé. La note sur 10 a bien été assimilée mais il persiste cependant certaines confusions concernant les critères de celui-ci qui ne semblent pas avoir été correctement compris. Notamment le fait que plus d'un quart des répondants pensaient que la robustesse du produit était un critère de cet indice. Cela peut s'avérer dangereux et pourrait amener le consommateur à prendre une décision qui serait, dès lors, faussée. Le fait qu'un peu moins de la moitié des gens ne soient pas au courant de cet indice peut également être dû au fait que celui-ci a eu peu de visibilité durant son année de lancement, en 2021. En effet, seulement 28% des gens interrogés ayant acheté un produit concerné par l'indice ont pu apercevoir celui-ci lors de l'achat (HOP, 2021). Hors, les vendeurs ont pour obligation d'afficher la note de l'indice à proximité du prix du produit, au moment de l'acte de l'achat, tout en respectant la signalétique imposée selon l'arrêté du 29 décembre 2020 relatif aux

modalités d'affichage, à la signalétique et aux paramètres généraux de calcul de l'indice de réparabilité (ministère de la Transition écologique, 2021). Il nous semblerait donc que davantage de sensibilisation et d'informations soient nécessaires pour encourager et favoriser un changement dans le comportement du consommateur. Le canal le plus utilisé est la télévision avec 45% des répondants ayant été informés de l'existence de l'indice par celle-ci, puis viennent les magasins physiques et les magasins en ligne, avec respectivement 19% et 15% des répondants. Nous pouvons expliquer ces faibles scores par le fait qu'une grande majorité des vendeurs en ligne ne se conforment pas à l'obligation d'afficher la note. En décembre 2021, seulement 42% des produits sont mis en vente avec le logo apposé à proximité du prix. Les contrôles officiels n'étant prévus par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) qu'en 2022, cela peut justifier ces scores. Les médias sociaux comptabilisent 11% et semblent donc peu utilisés pour le moment pour communiquer aux consommateurs. Selon un responsable de la politique et de la durabilité chez Amazon, « si l'indice doit orienter les fabricants vers l'écoconception, le moyen le plus efficace serait de démontrer par une étude qu'il influence le comportement des consommateurs » (HOP, 2021). En effet, si le comportement des consommateurs change, les fabricants devront s'adapter à celui-ci et écoconcevoir, ce qui nous paraît avoir moins d'intérêt dans l'autre sens. En effet, si les fabricants conçoivent des produits avec l'intention de rendre ceux-ci durables et réparables, en respectant l'environnement et en prolongeant leur utilisation dans le temps, mais que les consommateurs ne sont pas sensibilisés et y accordent peu d'importance, ceux-ci pourraient ne pas se tourner vers ce genre de produits. En effet, tous les consommateurs n'ont pas la même sensibilité à l'écoresponsabilité des produits, et il se peut donc que même une fois que certains freins à la réparation auront été supprimés à l'aide de l'indice, certains garderont leur tendance à se tourner davantage vers un produit neuf (NeoMag, 2022). Pour mieux tester l'impact de cet indice de réparabilité sur le comportement des consommateurs, l'association HOP a réalisé une enquête concernant les smartphones en prenant en compte trois variables, à savoir la préférence pour une marque, l'indice de réparabilité ainsi que le prix. Il en ressort de cette enquête qu'un smartphone avec un indice de réparabilité élevé influence globalement la décision d'achat du consommateur et aura davantage de chances d'être choisi par celui-ci mais que, par exemple, celui-ci sera plus amené à se tourner vers un produit avec un indice moyen mais avec également un prix moyen de sa marque préférée, plutôt que de se tourner vers un produit avec un bon indice de

réparabilité mais plus onéreux et qui n'est pas de sa marque préférée. L'indice de réparabilité a le plus d'impact sur le comportement du consommateur lorsque celui-ci est dans une situation où le prix est moyen et que ce n'est pas sa marque préférée (HOP, 2021). De plus, il ressort clairement de cette enquête que l'indice impacte le comportement du consommateur. 76% des gens interrogés en 2021 ayant acheté un produit tout en étant conscients de la note de celui-ci ont jugé l'indice utile et ont affirmé qu'il avait orienté leur décision d'achat. Il en ressort également de cette étude que 19% des répondants recommandent très fortement à un ami de se fier à l'indice de réparabilité, 72% le recommandent et seulement 9% des répondants affirment qu'il est peu probable, voire très peu probable qu'ils le recommandent. De plus, la popularité, et donc l'impact de l'indice, dépend également de la catégorie des produits concernés. Il semblerait que les smartphones soient la catégorie où le plus grand nombre d'indices est affiché. A l'opposé, la catégorie des ordinateurs est peu souvent représentée par un indice de réparabilité. Concernant les catégories des machines à laver à hublot et des tondeuses à gazon, il semblerait que l'impact de l'indice de réparabilité soit limité à cause d'un manque de différenciation des scores. En effet, la note est élevée pour une majorité des produits de ces deux catégories. Une application plus stricte de l'indice de réparabilité pourrait peut-être pallier ce problème (HOP, 2021).

Il nous paraît également important de souligner le fait que cet indice est un gage de réparabilité et non de fiabilité. Les appareils avec une bonne note, et donc supposés être plus facilement réparables, ne seront pas forcément les plus fiables (NeoMag, 2022). Il faudra donc veiller à ne pas communiquer un faux message aux consommateurs et s'assurer que ceux-ci comprennent bien l'intérêt de l'outil et l'utilisent de la façon la plus efficace possible pour qu'ils prennent la décision d'achat qui leur est la plus appropriée.

### **3.2. L'attitude des entreprises face à un indice de réparabilité**

Comme dit précédemment, l'indice a son rôle à jouer dans le comportement des marques. Selon Jean-Louis Bergey, expert national en économie circulaire et matières premières, « l'indice joue son rôle car il pousse les entreprises à modifier leurs produits de façon à afficher une note correcte (...) Les marques se disent que cette note risque d'avoir une influence sur les consommateurs » (Carenews, 2021). En effet, cet indice pourrait devenir un avantage concurrentiel pour les marques cherchant à proposer des produits plus durables et plus facilement réparables. D'après Johanna Gdalia, référente de SGS France, spécialisée dans le

contrôle et la certification des entreprises dans leur politique RSE, la responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société (Belgium.be, 2022), « c'est aujourd'hui une question d'image de marque. On voit bien qu'il y a une volonté des consommateurs français d'acheter plus durable » (Carenews, 2021). Les entreprises ont donc tout intérêt à réagir si elles veulent offrir des produits adaptés et répondant aux besoins et aux envies des consommateurs. De plus, cette concurrence, et donc cette course à la bonne note, pourrait se voir renforcée par le désir des distributeurs, soucieux de leur image, d'orienter leurs clients à avoir des comportements écoresponsables et, donc, leur proposer des produits avec un bon indice de réparabilité. Tout cela devrait encourager les marques à écoconcevoir et à se tourner vers l'économie circulaire (Spareka, 2021). De plus, selon Ophélie Baguet, membre chez Spareka, les consommateurs ne se détourneront probablement pas de leurs marques stars favorites mais celles-ci, aussi grandes soient-elles, devront s'adapter et faire évoluer leurs pratiques si elles ne veulent pas être en bas du classement et veulent éviter que cet indice porte atteinte à leur image de marque. C'est d'ailleurs le cas d'Apple. Même s'il reste beaucoup d'efforts à produire concernant la législation en Europe et ailleurs, les politiques tendent de plus en plus à rendre les produits plus durables et réparables et à élaborer des lois autour du droit à la réparation, la marque tâche donc d'anticiper les futures mesures. Elle a pour projet de lancer un programme de réparation des iPhones par les particuliers. Celui-ci permettra aux consommateurs d'accéder à des documentations techniques ainsi qu'à des tutoriels concernant les problèmes liés aux écrans, aux batteries ainsi qu'aux capteurs photo. Il leur sera également rendu possible de commander des pièces détachées ainsi que des outils adaptés à la réparation des produits. Il faudra cependant rester vigilant et prendre en considération le prix de ces pièces et outils ainsi que l'impact des procédures entamées par le client sur la garantie des produits. C'est donc un changement majeur chez Apple, réputé pour verrouiller son service après-vente ainsi que son circuit de réparateurs agréés, étant les seuls autorisés à se fournir en pièces détachées provenant de la marque (Les Numériques, 2021).

#### 4. Avenir de l'indice de réparabilité

Malgré les limites de l'indice évoquées précédemment ainsi que les éventuelles améliorations pouvant être envisagées, selon Marteen Depypere, responsable chez iFixit, l'indice de réparabilité a encore une marge de progression mais la France fournit une très bonne première base sur laquelle travailler. Selon lui, la France a permis de faire accélérer les choses et a prouvé que c'était possible de mettre sur pied un indice de réparabilité. Il cite d'ailleurs que « l'UE a beaucoup retardé les choses en disant qu'il était trop compliqué de mettre en place un indice de réparabilité. Mais la France a prouvé que c'était possible » (Frandroid, 2021). La proposition de la Commission en mars 2022 visant à influencer les changements nécessaires dans le comportement des consommateurs en veillant à ce que ceux-ci disposent des informations les plus complètes possible sur la durabilité et la réparabilité des produits qu'ils achètent renforce cette idée.

Il est également prévu que cet indice de réparabilité devienne un indice de durabilité qui entrerait en vigueur en 2024. En effet, la mise en place de celui-ci est prévue par la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire promulguée en 2020 en France. La construction de cet indice est pilotée par l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) et est suivie par plusieurs associations, notamment HOP. En plus des critères déjà présents concernant la réparabilité du produit, deux critères seraient ajoutés, à savoir la fiabilité et l'évolutivité. La fiabilité étant la probabilité que le produit fonctionne comme il le devrait dans des conditions données, incluant la maintenance, et ce, pendant une durée donnée. Cela implique également que l'appareil soit écoconçu et que les composants soient, en plus d'être robustes, bien dimensionnés et positionnés dans l'appareil. L'évolutivité correspond, quant à elle, à la capacité du produit à s'améliorer dans le temps en prenant en compte des critères comme l'esthétique, la fonctionnalité, la performance, etc.). De plus, un dernier critère, la dimension logicielle, pourrait voir le jour, étant donné son rôle à jouer dans l'obsolescence des produits, vu précédemment dans le rapport du gouvernement français sur l'obsolescence dite logicielle prévu par l'article 27 de la loi n°2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (AGEC) pour faire face aux impacts environnementaux du secteur numérique (HOP, 2021). Selon Erwann Fangeat, coordinateur du pôle écoconception et recyclage ADEME, la durabilité d'un produit est donc la réparabilité avec en plus la fiabilité ainsi que sa capacité à évoluer ou à pouvoir être amélioré (NeoMag,

2022). Cet indice aura deux objectifs principaux : résoudre l'asymétrie d'information entre le consommateur et le vendeur sur la qualité du bien et sa longévité ainsi qu'instaurer une concurrence entre les producteurs afin de les inciter à mieux concevoir leurs produits (HOP, 2021), ce qui va dans la continuité des objectifs poursuivis par l'indice de réparabilité.

Cinq nouvelles catégories de produits devraient également venir s'ajouter aux catégories actuelles, à savoir les aspirateurs, les lave-vaisselle, les tablettes numériques, les nettoyeurs haute pression ainsi que les lave-linge top (Spareka, 2021).

## 5. Conclusion de l'apport de littérature

Au terme de cette revue de littérature, nous sommes désormais plus familiers avec le concept d'obsolescence programmée ainsi qu'avec celui de la réparabilité, et plus précisément d'un nouvel outil qu'est l'indice de réparabilité. Nous avons pu constater que même s'il était compliqué de pointer du doigt et de sanctionner un cas d'obsolescence programmée, il restait cependant difficile de ne pas prendre en considération les différentes conséquences environnementales, sociales et économiques que cette pratique engendrait. De plus, selon l'ADEME (l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie), « plus que la programmation de leur obsolescence, c'est le manque de qualité et le fort taux de renouvellement de certains produits qui posent aujourd'hui problème » (ADEME, 2016).

Nous avons également pu nous rendre compte des différentes idées et émissions de pistes pour lutter contre cette problématique, notamment au niveau politique, l'objectif poursuivi étant principalement de mettre en place des mesures visant à rendre l'économie adaptée à un avenir vert, notamment en se tournant vers l'économie circulaire, en renforçant la compétitivité tout en protégeant l'environnement et en octroyant de nouveaux droits aux consommateurs.

Comme énoncé précédemment, une des pistes envisagées, prévue par la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire, est l'affichage obligatoire d'un indice de réparabilité. La France a déployé celui-ci début 2021 sur cinq catégories de produits, et est donc le premier pays européen à franchir le pas. En effet, comme stipulé dans la revue de littérature, cet outil vise une meilleure information du consommateur sur le caractère plus ou moins réparable des produits. Celui-ci permet de sensibiliser et d'inciter les consommateurs à la réparation. Il

constitue donc un moyen de lutte contre l'obsolescence, programmée ou non, pour éviter la mise en rebut trop rapide de certains produits et éviter le gaspillage des ressources.

Il nous a donc paru important de nous intéresser aux caractéristiques de cet indice ainsi qu'à l'attitude des acteurs envers celui-ci. Etant donné le manque de recul ainsi que le déploiement récent de cet outil, et ce, sur un seul territoire, il existe peu de littérature ainsi que de critiques par rapport à celui-ci, si ce n'est de la part d'associations ayant participé, parmi d'autres acteurs, à l'élaboration de cet indice de réparabilité.

Dans la deuxième partie de ce mémoire, nous allons tenter d'évaluer l'efficacité de cet indice de réparabilité et d'en faire une critique objective. Il nous paraît important de tenter de comprendre si celui-ci peut s'avérer être un élément clé en faveur d'une transition écologique, en étant dès lors un outil efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée et faire appel à la consommation responsable.

## Partie 2 : Approche qualitative

Dans le but d'apporter une réponse à la question de recherche « un indice de réparabilité peut-il s'avérer être un outil efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée et appeler à la consommation responsable ? » nous avons choisi de réaliser une étude qualitative ayant pour objectif de collecter des données sur le terrain liées à celle-ci, le but étant d'évaluer l'efficacité de cet indice de réparabilité et d'en faire une critique objective. Nous allons donc, comme dit précédemment, tenter de comprendre si celui-ci peut s'avérer être un élément clé en faveur d'une transition écologique, en étant dès lors un outil efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée et faire appel à la consommation responsable, et ce, en orientant le comportement des consommateurs ainsi qu'en incitant les marques à concevoir de manière plus responsable. Les résultats des différentes interviews seront ensuite analysés dans le but d'apporter des réponses à notre question.

### 1. Méthodologie

Nous avons décidé de privilégier des entretiens semi-directifs, avec l'aide d'un guide d'entretien<sup>4</sup>. Nous poserons des questions en suivant le guide tout en essayant que l'échange ressemble le plus possible à une discussion, pour laisser plus de liberté au répondant et le mettre dans une situation qui soit la plus confortable possible. Un guide d'entretien nous permet également d'avoir une sécurité en cas de manque d'idées ainsi que pour relancer la conversation. De plus, cela nous permettra de procéder à une comparaison entre les différents entretiens et de collecter des données pertinentes et en lien avec notre question de recherche. Il faudra cependant veiller à ce que l'entretien ne devienne pas un interrogatoire et à se restreindre à nos thématiques si le répondant peut apporter des réponses à des questions auxquelles nous n'avions pas forcément pensé (Steils, 2020).

La première étape a donc été de choisir le terrain sur lequel l'étude allait être menée ainsi que de constituer un échantillon. Comme évoqué précédemment, étant donné le fait que cet indice soit très récent, il n'y a que peu d'informations concernant l'efficacité de celui-ci, si ce n'est de la part de certains acteurs français ayant participé à son élaboration, majoritairement

---

<sup>4</sup> Voir Annexe 3 : Guide d'entretien

des associations. Il nous a donc paru opportun de nous tourner vers des revendeurs, à savoir des personnes occupant une fonction dans des magasins électroniques et électroménagers, ainsi que vers des magasins spécialisés dans la réparation de produits électroniques et électroménagers, et accessoirement la vente de ceux-ci. Nous avons jugé que ces répondants seraient les plus aptes à nous fournir des éléments de réponse objectifs et pertinents quant à notre question de recherche. Concernant notre échantillon et donc la technique d'échantillonnage choisie, nous avons opté pour la technique dite de saturation de Pires. Celle-ci consiste à inclure des nouveaux répondants dans l'échantillon tant qu'ils continuent à apporter de nouvelles informations. Le nombre de répondants sera donc atteint quand ceux-ci n'apporteront plus de nouveaux éléments de réponse au concept étudié (Steils, 2020).

Tableau 1 : résumé des données relatives aux répondants

	Secteur	Fonction	Magasin
<b>Entretien 1</b>	Vente d'électroménager et de matériel informatique	Vendeur/Manager	Krëfel
<b>Entretien 2</b>	Vente d'électroménager et de matériel informatique	Vendeur	Vanden Borre
<b>Entretien 3</b>	Vente d'électroménager et de matériel informatique	Gérant	Vanden Borre
<b>Entretien 4</b>	Vente d'électroménager et de matériel informatique	Vendeur	Krëfel
<b>Entretien 5</b>	Vente et réparation d'électroménager	Gérant	Nemery M. & J.-L.
<b>Entretien 6</b>	Vente et réparation de matériel électronique	Gérant	Infopixel
<b>Entretien 7</b>	Vente et réparation de matériel informatique	Employé	HFIInformatique
<b>Entretien 8</b>	Réparation de matériel électronique	Employé	iDoctor
<b>Entretien 9</b>	Vente d'électroménager et de matériel informatique	Assistant-Manager	Krëfel
<b>Entretien 10</b>	Vente d'électroménager et de matériel informatique	Assistant-Manager	Krëfel

La technique de collecte étant définie, à savoir un entretien semi-directif, et l'échantillon étant constitué, nous avons sélectionné des questions réparties sur cinq thèmes nous permettant de répondre de la manière la plus complète possible à notre question de recherche.

Le premier thème abordé lors des entretiens concerne le concept d'obsolescence programmée. Cela nous permettra de mieux cerner ce phénomène et de discuter des causes de l'obsolescence des produits ainsi que du partage des responsabilités, notamment entre les marques et les consommateurs.

Le second thème abordé concerne l'indice de réparabilité, nous allons donc introduire l'outil et discuter des cinq critères qui composent la note finale ainsi que des cinq catégories de produits sur lesquelles s'applique l'indice. Le but étant de critiquer l'indice, de discuter de son efficacité et de sa cohérence.

L'attitude des entreprises face à l'indice de réparabilité est le troisième thème abordé dans nos entretiens. Celui-ci vise à comprendre la réaction des entreprises face au déploiement de l'outil et de comprendre l'implication des marques par rapport à celui-ci.

Le quatrième thème concerne les consommateurs et l'attitude qu'ont ceux-ci face à l'indice de réparabilité. Le but étant d'anticiper leur réaction face à un indice et de discuter de leur comportement vis-à-vis de la réparation, autant avant qu'après le déploiement de l'outil. Nous discuterons également de leur implication quant à la consommation responsable.

Le cinquième thème abordé est la réparation. Nous discuterons de celle-ci ainsi que des acteurs concernés, notamment des réparateurs ainsi que des services après-vente. Nous discuterons également de ce secteur et de sa capacité à accueillir un indice de réparabilité.

Nous avons donc construit notre guide d'entretien composé de questions s'articulant autour de ces différents thèmes. Celui-ci se compose d'une phase d'échauffement, pour mettre le répondant à l'aise ainsi que pour introduire la problématique d'obsolescence programmée et l'indice de réparabilité. Une question plus générale est également posée à la fin, permettant de synthétiser certains éléments de réponse et de conclure l'entretien en évoquant à nouveau les points les plus importants concernant le déploiement d'un indice de réparabilité.

Une fois les entretiens réalisés, nous avons procédé à une analyse horizontale de ceux-ci.<sup>5</sup> Cela a été facilité par le fait d'avoir eu recours à un guide d'entretien et d'avoir réparti les questions sur cinq thématiques. L'analyse horizontale a pour but de comprendre les réponses de chaque individu pour un thème donné (Qualivox, 2022). Nous pourrions ensuite synthétiser les éléments de réponse des répondants pour chaque thématique.

## 2. Analyse des entretiens

Pour rappel, l'objectif de l'analyse des entretiens est de pouvoir apporter une réponse à la question suivante : « Un indice de réparabilité peut-il s'avérer être un outil efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée et appeler à la consommation responsable ? » Nous allons donc nous pencher sur les cinq thématiques abordées dans la section précédente pour synthétiser les éléments de réponse des interviewés et répondre à notre question de recherche.

### 2.1. Le concept d'obsolescence programmée

Il nous a paru sensé de commencer les entretiens en abordant le concept d'obsolescence programmée pour comprendre le rapport qu'ont les différents répondants à cette problématique face à laquelle l'indice de réparabilité se positionne comme étant une piste, un outil pour lutter contre celle-ci. Il en ressort que, selon plusieurs répondants, l'obsolescence programmée existe. Cependant, c'est un sujet délicat et complexe pour beaucoup et, selon eux, il est difficile de prouver son existence. Même si bon nombre de répondants, de par leurs années d'expérience dans le milieu de la vente et de la réparation, affirment avoir été confrontés à des cas d'obsolescence programmée, notamment en citant certains exemples tels « qu'une carte horloge qui fait office d'interrupteur mais une fois enlevée rend le téléviseur à nouveau fonctionnel », selon le répondant 6. Le répondant 3 déclare lui qu'« il s'agit plus d'un vice que d'une obsolescence programmée ». En effet, celui-ci nous donne l'exemple de téléviseurs défectueux auxquels il a été confronté. La marque LG avait sciemment placé un composant qui ne résistait pas à la chaleur juste à côté de la pièce la plus chaude de la télévision. Le répondant 4 déclare qu'il y a des irrégularités inexplicables. Il existe donc, selon la plupart des répondants, une volonté des fabricants de réduire la durée

---

<sup>5</sup> Voir Annexe 4 : Analyse horizontale des interviews

de vie de leurs appareils mais il n'est cependant pas toujours forcément question d'obsolescence programmée.

Par ailleurs, beaucoup de répondants accusent la mauvaise qualité des produits. Celle-ci, selon eux, précipiterait leur obsolescence. En effet, les produits bas de gamme, moins onéreux, ont une durée de vie plus courte que des appareils plus haut de gamme, où les prix sont donc justifiés selon certains interviewés. Beaucoup de répondants avancent donc l'argument du rapport qualité/prix. Selon le répondant 1, « les gens veulent des produits qui ne coûtent pas trop cher, qui sont souvent de mauvaise qualité et tombent alors en panne très vite, et les fabricants en profitent. L'obsolescence est due à la mauvaise qualité des produits ». De plus, pour la majorité des répondants, les appareils de moins bonne qualité, qui deviennent rapidement obsolètes, sont difficilement réparables. Cependant, si certains répondants avancent que les marques profitent d'une volonté des consommateurs de dépenser le moins possible pour leur fournir des produits de moins bonne qualité, d'autres avancent le fait que vu le coût des composants et des matières premières, il est difficile pour une marque de proposer des produits de qualité à des prix raisonnables. En effet, selon le répondant 4, « il ne faut pas négliger l'empreinte financière qu'il y a derrière certains appareils ». Selon certains interviewés, une durée de vie plus longue ainsi qu'une meilleure réparabilité ne peuvent se faire sans une augmentation des prix de la part des marques.

Ensuite, le répondant 4 avance que la fin de vie de certains produits est précipitée par l'usage qu'en font les utilisateurs. En effet, certains produits sont utilisés à des fins professionnelles alors qu'ils ne sont pas destinés à être utilisés de cette manière. Le répondant 10 nous déclare que le consommateur a également sa responsabilité dans l'obsolescence des produits. Il avance que « le manque d'entretien de certains appareils est flagrant, le consommateur achète un produit mais ne prend pas du tout connaissance des méthodes d'entretien et du mode d'emploi ». Selon lui, presque la moitié des réparations pourrait être évitée.

Le répondant 8 nous apporte une autre vision des choses concernant ce concept d'obsolescence programmée. Même s'il confirme les dires de la majorité des répondants concernant l'importance du rapport qualité/prix et le fait que la durée de vie d'un produit soit souvent liée à la gamme de celui-ci, il introduit la notion de l'électronique au cœur du sujet. En effet, selon lui, le problème vient du fait que celle-ci a pris le dessus sur la mécanique et que, par souci de performance, les produits électroniques se doivent d'être soudés, plus

miniaturisés, cela rendant donc les réparations difficiles, étant donné que ces gains de performances impliquent que les produits soient difficilement démontables. L'électronique étant complexe et en pleine évolution, celle-ci est également plus sujette à des défaillances. Le répondant 10 confirme également ces propos en déclarant que « les appareils sont beaucoup plus complexes, techniques et qu'il y a une demande accrue pour ces types de produits ». Il déclare également que « les marques justifient les défaillances de leurs produits par l'augmentation de la technicité ». De plus, beaucoup de gens dénoncent les pratiques d'obsolescence programmée, notamment certains répondants, en avançant le fait que les produits avaient une durée de vie plus longue auparavant et que les produits actuels sont plus rapidement dysfonctionnels. Le répondant 8 justifie ces dires en avançant le fait que les appareils électroniques de maintenant sont « maltraités » par les gens. En effet, avant, selon lui, « un téléphone était utilisé uniquement pour envoyer des sms ainsi qu'appeler. Or, maintenant, ceux-ci font partie de notre quotidien et les gens font pratiquement tout avec leur téléphone ». Ceux-ci sont donc plus amenés à tomber en panne, à ralentir ou à dysfonctionner. Il déclare d'ailleurs que « si les téléphones étaient conçus pour durer 20 ans, cela voudrait dire qu'on stagne au niveau de l'avancée technologique ». Il est également convaincu que les progrès technologiques vont aller à l'encontre de l'allongement de la durée de vie des produits. Selon lui, l'obsolescence des produits ne va cesser de croître dans le temps.

Pour conclure, même s'il est difficile de constater et de prouver un cas concret d'obsolescence programmée, les avis des différents répondants convergent vers l'idée qu'un des principaux problèmes de l'obsolescence programmée ou non des produits est la qualité de ceux-ci et de leurs composants qui, en plus de raccourcir leur durée de vie, complique et entrave la réparation.

## **2.2. La pertinence de l'indice**

Concernant le premier critère, à savoir la documentation, presque la majorité des répondants s'accorde à dire que c'est un critère utile mais que son coefficient est trop élevé. Il serait donc judicieux pour beaucoup d'interrogés de réduire le coefficient de la documentation. Beaucoup de répondants suggèrent d'ailleurs de revoir la pondération, notamment sur base de celui-ci. Selon le répondant 10, « tout se trouve facilement sur internet », il cite d'ailleurs l'exemple auquel il a été confronté récemment, à savoir la venue de clients avec un téléviseur vieux de

plus de 10 ans, et ils ont tout de suite trouvé toutes les informations nécessaires sur internet. Nous en revenons aussi au rapport qualité/prix évoqué précédemment. Selon le répondant 3, « les premiers prix sont moins documentés et le service après-vente est moins bon, plus on monte en gamme, mieux c'est ». Le répondant 10 suggère d'ailleurs de mettre moins de poids sur le critère de la documentation « pour le dispatcher sur d'autres critères plus importants ».

En effet, les trois critères suivants, à savoir la démontabilité ainsi que la disponibilité et le prix des pièces détachées, sont les critères les plus pertinents et les plus importants pour la majorité des répondants. En effet, ceux-ci constituent de gros freins à la réparation. Concernant la démontabilité, nous en revenons à la notion d'électronique où la miniaturisation, la compression et la soudure des composants permettent au produit d'être plus performant. Un produit facilement démontable se verrait donc dans la possibilité de se voir attribuer une bonne note au détriment de la performance du produit. La remarque du répondant 4 prend alors tout son sens, avançant le fait que l'indice englobe trop de critères pour une même note. Cela fausse la note finale et oppose deux critères de choix intervenant dans la prise de décision du consommateur lors d'un achat, à savoir la réparabilité d'un appareil et la performance de celui-ci. Le répondant 8 déclare d'ailleurs que « les Fairphones, qui sont des smartphones modulables, et donc plus facilement démontables, sont moins performants que la concurrence ». De plus, les répondants 2 et 4 nous disent qu'en plus du fait qu'il soit de plus en plus compliqué d'accéder aux composants d'un appareil et d'ouvrir celui-ci, il est très risqué de perdre sa garantie en agissant de la sorte.

En plus d'être remise en cause par ce critère sur la démontabilité, la pertinence de l'indice est également questionnée par les répondants concernant les deux critères impliquant les pièces détachées, au niveau de la disponibilité et du prix de celles-ci. Pour beaucoup, elles constituent de gros freins à la réparation. D'une part, le prix des réparations est très élevé, dépassant parfois le prix de la machine elle-même. Pour beaucoup de répondants, cela est dû au prix des matières premières nécessaires à la production des composants. Celui-ci a d'ailleurs très fortement augmenté depuis la crise sanitaire du Covid-19. Concernant la disponibilité des pièces, beaucoup jugent injuste que celles-ci ne soient plus disponibles après l'arrêt de production d'un produit. Ces deux critères semblent donc plus que pertinents pour informer le consommateur sur le caractère plus ou moins réparable des produits. Cependant, pour beaucoup de répondants, ceux-ci devraient avoir plus de poids dans la note finale de

l'indice étant donné qu'ils influencent le plus le prix ainsi que la possibilité de réparation. Le répondant 1 déclare également que « l'indice est trop généreux, qu'il donne lieu à trop de bonnes notes, qu'il n'est pas assez objectif et qu'il doit être retravaillé ». Pour le répondant 3, « l'indice ne changera pas grand-chose », selon lui, « les prix des appareils augmenteront si ceux-ci sont rendus plus réparables ».

Pour l'ensemble des répondants, les catégories de produits concernées par l'indice sont pertinentes. Cependant, certains répondants affirment qu'il faudrait ajouter davantage de produits. Le répondant 9 déclare que « les catégories choisies sont les plus grosses ventes dans notre magasin mais il faut rajouter les autres produits, il ne faut pas faire les choses à moitié ». Il apparaît pour ce répondant que pour donner plus de poids à l'indice, il s'avérerait utile que celui-ci soit d'application sur plus de produits qu'il ne l'est déjà. Cela permettrait de sensibiliser encore plus de consommateurs. De plus, beaucoup prônent une bonne communication autour de l'indice pour que les consommateurs en aient une bonne compréhension et que celui-ci les interpelle, les conscientise et les appelle à se tourner vers des produits plus réparables ainsi qu'à envisager la réparation. Selon le répondant 9, il est nécessaire qu'il y ait plus de communication concernant cet indice, il déclare d'ailleurs qu'« il faut une grande communication autour de l'indice pour conscientiser la population, ça a demandé beaucoup d'efforts pour le mettre en place, cela serait dommage de ne pas communiquer davantage dessus ». La majorité des répondants s'accorde donc à dire que les autorités publiques, à la base de la création de cet outil, devront mettre en place des campagnes de communication pour sensibiliser les gens à la réparation et à la consommation responsable en s'appuyant sur l'indice de réparabilité.

Le répondant 4 déclare également qu'il faut une même ligne de conduite pour toute l'Europe, que tout le monde doit s'accorder et qu'il faut donc un travail collaboratif. Il ajoute qu'il y a trop de différences entre les différents pays, comme pour les mesures concernant l'écologie et l'environnement. Le répondant 8 évoque également le fait que cela soit dommage que l'indice ne soit déployé que sur le territoire français. De plus, il ajoute que les marques, si elles font des efforts, ne le feront probablement que dans un seul pays. De plus, selon eux, plus l'indice sera présent dans de nombreux pays, plus celui-ci sera pris en considération.

Ensuite, il paraît peu objectif pour la plupart des répondants que ce soient les marques qui s'autoévaluent. Pour beaucoup, cela doit être réalisé par un audit externe accrédité. Le

répondant 6 déclare que « l'indice a besoin d'une organisation internationale de normalisation ». La majorité des répondants s'accorde à dire qu'il est nécessaire d'avoir recours à de bons contrôles. Ceux-ci, selon le répondant 1, « devront être intransigeants pour que l'indice devienne une norme, qu'il soit crédible et que les gens puissent s'y fier et lui accorder du crédit ». Nous en revenons au fait qu'une bonne communication est également nécessaire, notamment de la part du gouvernement, pour renforcer la fiabilité de l'indice. Le répondant 10 déclare également qu'il trouve ça dommage que, « dû à l'absence de contrôle la première année, les marques ont eu le champ libre pour tromper le consommateur ». De plus, selon le répondant 4, bien qu'il y ait des associations derrière l'indice pour veiller à la bonne notation des appareils ainsi que pour le promouvoir, celles-ci manquent de poids face aux grosses marques, qui ont beaucoup plus d'impact sur le consommateur. Le répondant 7 déclare qu'il lui paraît peu probable que les marques trichent sur les contrôles et se surévaluent. Selon lui, cela est trop risqué pour leur image, l'information se répandrait très vite, notamment sur les réseaux sociaux.

### **2.3. L'attitude des entreprises**

L'un des objectifs poursuivis indirectement par l'indice est qu'en informant le consommateur sur la réparabilité des produits, les marques devront s'adapter et rendre leurs produits plus réparables.

Premièrement, selon les répondants 1 et 4, les marques font en sorte de compliquer la réparation exercée de manière autonome par le consommateur. Celles-ci se font énormément d'argent grâce aux réparations. Le répondant 4 ajoute également que le consommateur, en envisageant la réparation de manière autonome, risque d'aggraver le problème, voire de perdre sa garantie. Il déclare notamment que « le coût de la réparation est le gagne-pain des marques ». Le répondant 1 nous donne un exemple concernant la réparation des machines à laver. Celles-ci coûtent environ 500 euros. Si un problème survient, un réparateur vient sur place, ça coûte 125 euros au consommateur juste pour identifier le problème, cependant celui-ci n'est parfois pas identifié, voire aucune solution n'est envisagée, mais le consommateur se doit quand même de payer. S'ajoute à ce montant une somme à payer toutes les 15 minutes pendant lesquelles le réparateur regarde au problème chez le consommateur. Le répondant 2 évoque que les marques gagnent énormément d'argent sur les réparations et les services, notamment les garanties. L'indice de réparabilité, selon lui ainsi

que d'autres répondants, n'influencera pas les entreprises à concevoir des produits plus réparables. Et même si c'était le cas, les prix devraient augmenter.

Deuxièmement, un des objectifs poursuivis par les marques est de réduire leurs coûts de production. Certaines se tournent donc vers des composants moins chers, de moins bonne qualité. Les produits ont par conséquent une moins longue durée de vie et tombent en panne plus rapidement. Le répondant 10 évoque l'exemple du principe anti-balourd présent dans les machines à laver. Ce dispositif permet de maintenir le tambour de la machine et de le stabiliser pendant l'essorage. Certaines marques utiliseront des matériaux de qualité, à savoir des dispositifs en fonte. Or d'autres marques se tourneront vers des dispositifs en béton reconstitué de moins bonne qualité, rendant obsolète, voire pratiquement irréparable la machine à laver après un certain temps d'utilisation. Les marques réalisent donc des compromis concernant la qualité de leurs matériaux. Selon le répondant 9, les marques jouent sur la mauvaise qualité des composants des produits. C'est un moyen pour elles de forcer le consommateur à renouveler ses achats, au détriment de la réparation.

Selon plusieurs répondants, l'indice de réparabilité ne poussera pas les marques à rendre leurs produits plus réparables, et même si celles-ci l'envisageaient, elles se verraient dans l'obligation d'augmenter leurs prix. Pour le répondant 3, un classement officiel entre les différentes marques permettrait à celles-ci de faire des efforts et d'améliorer la réparabilité de leurs produits pour afficher une bonne note et obtenir un avantage par rapport à la concurrence. De plus, selon le répondant 4, de plus en plus de marques font attention à l'empreinte écologique de leurs produits et rendent ceux-ci plus réparables. Il évoque d'ailleurs une certaine amélioration ainsi qu'une plus grosse implication de la part de certaines marques. Il ajoute cependant que ce n'est pas le cas de toutes les marques et que c'est aux plus grosses marques, aux multinationales de montrer l'exemple et de donner de l'ampleur au projet qu'est le déploiement d'un indice de réparabilité. Le répondant 6 évoque d'ailleurs le cas d'une multinationale qui a récemment lancé un service de réparation, notamment pour aider le consommateur à réparer son appareil de manière autonome et aussi lui fournir les pièces détachées. Il reste cependant mitigé étant donné le prix de celles-ci. Il ajoute également qu'il serait intéressant que plusieurs marques suivent la tendance et autorisent les réparateurs non agréés à réparer certains produits et leur fournissent les pièces détachées.

Selon lui, les marques n'aiment pas procéder de la sorte, elles perdent de l'argent sur les réparations.

Certains répondants soulignent également le fait qu'il faille rester vigilant quant à l'utilisation qu'auront les marques de l'indice de réparabilité. Le répondant 1 se demande d'ailleurs si les marques affichant une bonne note pour certains produits n'en profiteront pas pour augmenter leurs prix. Selon le répondant 9, les marques utiliseront la note comme argument de vente sans forcément chercher à améliorer la réparabilité de leurs produits. Le répondant 8 met également en garde contre le greenwashing. Selon le répondant 1, l'indice de réparabilité doit être dans un but d'aider le consommateur et non dans un but commercial. Il manque d'objectivité et est pour le moment, notamment au niveau de la pondération, trop à l'avantage des marques. Le répondant 7 déclare d'ailleurs qu'il y a besoin d'un équilibre, que les entreprises en profitent trop, au détriment des consommateurs.

#### **2.4. L'attitude des consommateurs**

Premièrement, le répondant 2 déclare que ce sont les consommateurs les plus pauvres, avec le plus faible pouvoir d'achat, qui sont les plus impactés par l'obsolescence des produits et le caractère peu réparable de ceux-ci. Il est donc en accord avec les catégories sélectionnées, représentant des achats conséquents pour les ménages. Le répondant 4 affirme d'ailleurs que certains consommateurs, peu importe leur pouvoir d'achat, achètent constamment des produits d'entrée de gamme, de moins bonne qualité et plus susceptibles de tomber en panne, en n'envisageant pas la réparation mais l'achat de produits neufs, envoyant au rebut les produits qui sont devenus obsolètes, notamment à cause de la mauvaise qualité de ceux-ci.

Le répondant 3 affirme que seule une faible différence de prix poussera le consommateur à se tourner vers un achat de produits plus réparables, avec une meilleure note. Cependant, le répondant 4 déclare que « les gens ne sont pas forcément prêts à payer un peu plus cher pour un produit plus réparable ». Il fait la comparaison de ce profil de consommateurs avec les gens qui ne se soucient que très peu de l'écologie. Il cite l'exemple d'un produit en plastique face à un produit réalisé en bio-composite, donc plus écologique, où le produit en plastique, moins cher, est préféré par le consommateur. De plus, le répondant 3 déclare que seulement une

minorité des consommateurs prendront l'indice en considération lors d'un achat, notamment parce que très peu de consommateurs sont conscientisés à la consommation responsable. Il nous dit d'ailleurs qu'« il y a encore un très grand chemin à parcourir avant de changer la façon de consommer des gens », ceux-ci n'envisageant tout simplement pas la réparation avant ou après l'achat. Le répondant 9 ne croit pas que l'indice puisse amener les gens à se tourner vers la réparation et à consommer de manière responsable. Selon lui, celui-ci sera une information supplémentaire mais n'influencera pas leur décision d'achat. Le répondant 7 pense que le consommateur sera plus influencé par la qualité d'un produit que par son caractère réparable, étant donné que la réparation lui fait peur, notamment le prix de celle-ci.

Il apparaît donc important de bien informer le consommateur sur l'indice de réparabilité pour qu'il l'interprète correctement. En effet, l'indice vise à l'informer sur le caractère plus ou moins réparable des produits et n'est donc en aucun cas un gage de qualité, voire de performance. Les codes couleurs peuvent également influencer le consommateur dans ce sens. Selon le répondant 8, les gens ne se renseignent pas assez sur ce qu'ils achètent. Le répondant 9 déclare que « les gens achèteront plus facilement un produit avec le logo d'un bon indice de réparabilité mais ne penseront pas forcément à la réparabilité de celui-ci, ils n'envisageront d'ailleurs sûrement pas plus la réparation par après ». Il déclare également que « l'indice sera juste pris en compte lors de la décision d'achat et sera vite oublié ». Selon lui, le consommateur se préoccupe surtout de l'achat et de pouvoir disposer du produit, il oublie tout après, même s'il achète un produit supposé être plus réparable, il n'envisagera pas plus la réparation une fois qu'il aura un problème avec celui-ci.

Le répondant 10 nous parle de l'affichage de l'indice de réparabilité. Selon lui, comme beaucoup d'autres répondants, sa notation finale, affichant une note sur 10, risque d'être mal interprétée par les consommateurs. Même si les marques et les revendeurs sont supposés afficher le détail de la notation à proximité du produit, notamment via un code QR, celui-ci insiste sur le fait que la notation détaillée doit être apposée clairement à côté de la note et que le détail de celle-ci doit venir directement au consommateur. Si le consommateur doit se renseigner pour obtenir celle-ci, il ne le fera pas, ce sont des étapes en plus pour lui. Il affirme d'ailleurs que les gens ne scannent que très rarement un code QR, qui est une option envisagée pour mettre la notation complète à disposition du consommateur. Il paraît donc important que ce détail de notation soit affiché de manière à ce qu'il soit observé et pris en

considération par le consommateur, pour que celui-ci interprète correctement la note et sache sur quels critères le produit gagne des points et, à l'inverse, en perd.

Si certains répondants pensent que l'indice n'influencera pas beaucoup de consommateurs à envisager la réparation, étant donné que ceux-ci, selon eux, manquent de conscientisation, tous ne partagent pas la même opinion. Le répondant 4 nous dit que l'indice permettra d'aider les consommateurs à prendre une meilleure décision lors de leurs achats. Il ajoute notamment que ce sont des produits à investissement qui sont concernés par l'outil et que le consommateur sera prêt à dépenser plus si l'indice est un vrai gage de réparabilité. Le répondant 1 déclare que la réparation est tendance, que les gens aiment bien quand c'est réparable et qu'ils y font de plus en plus attention. Selon le répondant 6, il y a une prise de conscience qui se fait, davantage de consommateurs se tournent vers la réparation et envisagent déjà celle-ci même avant l'achat. Il déclare que « les gens sont plus dans la réparation que dans l'achat compulsif ». Il avance également que certains clients se renseignent déjà sur le prix et la disponibilité des pièces détachées en cas d'une éventuelle réparation. Le répondant 10 déclare que les gens sont de plus en plus autonomes et cherchent à réparer eux-mêmes leurs produits défectueux, notamment via internet. Selon lui, de plus en plus de gens sont amenés à procéder de la sorte et prennent le pli de la réparation, notamment en se tournant vers le marché de l'occasion et de la seconde main. Il pense que l'indice va permettre de rassurer les consommateurs quant à la réparation et les pousser vers celle-ci, aussi bien par un prestataire d'un service après-vente que de manière autonome.

Le répondant 4 déclare que « pour que l'indice fonctionne et s'avère être efficace, il faudra un discours et une bonne communication autour de celui-ci pour conscientiser les gens ». L'outil, selon plusieurs répondants, peut donc s'avérer être efficace pour appeler à la consommation responsable s'il y a de l'engouement pour celui-ci et qu'il y a une bonne communication le concernant, le crédibilisant ainsi. De plus, pour beaucoup de répondants, plus les contrôles seront intransigeants et au plus l'indice sera crédible, au plus les gens le prendront en considération et se tourneront vers la réparation.

## **2.5. La réparation**

L'indice de réparabilité vise à encourager le consommateur à se tourner vers la réparation en l'informant sur le caractère plus ou moins réparable des produits. Cependant, pour beaucoup de répondants, la réparation coûte trop cher et décourage les gens à envisager celle-ci

lorsqu'un de leurs appareils ne fonctionne plus correctement ou tombe en panne. Pour beaucoup de répondants, comme évoqué dans les autres thématiques abordées, les prix excessifs des réparations sont notamment dus aux pièces détachées. Celles-ci sont très onéreuses et amènent parfois le prix de la réparation à se rapprocher d'un montant similaire à l'achat d'un appareil neuf. En effet, le répondant 3 déclare qu'« une réparation pour un appareil à 400 euros peut parfois s'élever à 350 euros ». Il avance donc que le consommateur a tout intérêt à se tourner vers l'achat d'un produit neuf qui sera sous garantie pour 50 euros de plus. Le délai de fourniture des pièces détachées constitue également un frein à la réparation, allongeant les délais de réparation et poussant ainsi le consommateur à acheter un produit neuf et à se débarrasser du produit défectueux. De plus, le répondant 5 avance que la main-d'œuvre ainsi que les déplacements pour effectuer une réparation sont très chers. Le répondant 10 avance également que les prix des techniciens ainsi que des pièces sont trop élevés. Le répondant 4 déclare que le prix des réparations, une fois la garantie expirée, est monumental et que « l'après-vente » coûte trop cher.

Concernant le secteur de la réparation, autant les réparateurs indépendants que les services après-vente, les avis divergent. Pour certains répondants, le secteur de la réparation n'est pas prêt, notamment pour accueillir les gens voulant se tourner vers celle-ci, ce qui nous paraît être plus que problématique si l'indice parvenait à augmenter la propension des gens à se tourner vers la réparation. Selon le répondant 1, « il n'y a pas assez de réparateurs indépendants, il y a aussi un manque de formation ». Il évoque d'ailleurs, comme d'autres répondants, un manque de techniciens. Selon le répondant 4, la crise sanitaire du Covid-19 a impacté négativement le service après-vente et l'a affaibli, prolongeant encore plus le délai des réparations. Selon le répondant 10, le service après-vente de son enseigne risque de ne pas suivre, il déclare : « Il y a trop de délais, 3 semaines à 1 mois, ce n'est pas possible pour les consommateurs, ils sont lésés. » Selon lui, les marques ne mettent pas assez de moyens financiers. De plus, les services après-vente des revendeurs ne sont, selon lui, qu'un intermédiaire et sont bloqués par les marques. Cependant, il déclare que l'indice peut peut-être pousser les revendeurs à développer leur service après-vente et les marques à investir dans la réparation et à créer de l'emploi. Pour ce faire, il est important, selon le répondant 3, que l'indice ait suffisamment de poids, notamment dans l'esprit des consommateurs, pour

pousser les marques à aller dans ce sens. Cependant, le répondant 4 se demande si les marques ont un intérêt financier à faire cela.

Paradoxalement, des répondants jugent que le secteur de la réparation est prêt. Le répondant 5 évoque l'augmentation des repair cafés. Selon le répondant 6, c'est d'ailleurs un secteur qui est déjà en augmentation. Celui-ci juge également que les pièces détachées, notamment pour les ordinateurs portables ainsi que pour les smartphones, ont un délai de livraison assez rapide, contrairement cependant aux machines à laver. Le répondant 8 déclare qu'il y a beaucoup de fournisseurs et de réparateurs.

### 3. Discussion

Le but de cette discussion est de synthétiser l'analyse des résultats des différents entretiens pour les croiser avec la littérature et répondre à notre question de recherche intitulée : « Un indice de réparabilité peut-il s'avérer être un outil efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée et appeler à la consommation responsable ? »

La première thématique avait pour but de mieux cerner le concept d'obsolescence programmée. Les éléments de réponse fournis par les répondants nous disent que l'obsolescence programmée peut exister, certains avancent même des cas concrets auxquels ils ont été confrontés. Cependant, cela reste un sujet délicat et complexe. De plus, une majorité des répondants affirment que l'obsolescence des produits est surtout due à la qualité de ceux-ci. Certaines marques en profitent et jouent sur la mauvaise qualité de ces produits, notamment en choisissant d'inclure, en toute connaissance de cause, des matériaux et des composants de mauvaise qualité, les rendant moins réparables et précipitant l'obsolescence des produits. L'analyse des entretiens ainsi que la revue de littérature soutiennent ces propos, notamment en évoquant un certain vice de la part des marques. En plus de réduire leurs coûts de production, cela leur permet d'augmenter la fréquence d'achats de leurs produits. L'ADEME confirme également cela, elle avait d'ailleurs stipulé : « Plus que la programmation de leur obsolescence, c'est le manque de qualité et le fort taux de renouvellement de certains produits qui posent aujourd'hui problème » (ADEME, 2016).

L'analyse des entretiens nous a cependant permis d'apporter un nouveau point de vue, nullement abordé dans la revue de littérature. Des répondants avancent l'argument que

l'obsolescence des produits ainsi que la difficulté de réparer certains produits sont les conséquences du progrès technologique et donc de la technicité des produits ainsi que d'une meilleure performance de ceux-ci. Selon eux, le fait qu'il soit de plus en plus compliqué d'ouvrir un appareil, de le démonter et d'avoir accès à ses composants est dû à la soudure et à la miniaturisation des composants qui sont des éléments indissociables de la bonne performance d'un produit. Ce point de vue remet donc en question le critère concernant la démontabilité du produit et l'accès aux pièces étant donné que des points gagnés sur ce critère impliqueraient une moins bonne performance du produit. L'appareil serait donc plus réparable mais moins performant. Il reste à voir ce que recherche le consommateur.

Il ressort de la littérature que la pondération de l'indice est pointée du doigt, notamment par beaucoup d'associations de consommateurs, avançant le fait que chaque critère pesant le même poids dans la note finale ne permettait pas de se rendre compte de l'impact de certains critères déterminants tels que la disponibilité des pièces détachées (Les Numériques, 2022). L'analyse des entretiens confirme ce point de vue. Selon beaucoup de répondants, le critère concernant la documentation a un coefficient trop élevé et n'est pas aussi important que d'autres critères entravant fortement la réparation d'un produit, notamment le prix et la disponibilité des pièces détachées. Le réseau des Centres européens des consommateurs affirme d'ailleurs que « l'arrêt de production, et donc l'inaccessibilité des produits accessoires et des pièces détachées, est un levier puissant à la disposition des fabricants. Cela complique, voire rend impossible la réparation de certains produits, amenant le consommateur à se tourner vers l'achat d'un produit neuf » (CEC, 2013). Il apparaît donc opportun de revoir la pondération de l'indice et d'attribuer plus de poids aux critères concernant le prix et la disponibilité des pièces détachées pour avoir une meilleure information concernant le caractère réparable des produits.

De plus, après l'analyse des éléments de réponse des différentes interviews, il en ressort que l'attitude des entreprises et des consommateurs face à un indice de réparabilité est intimement liée. En effet, bon nombre de répondants insistent sur le fait que les consommateurs manquent encore de conscientisation et que l'indice de réparabilité ne permettra d'encourager qu'une minorité de consommateurs à se tourner vers la réparation. En effet, nous en revenons au partage des responsabilités évoqué dans la revue de littérature où le consommateur, de par son attrait pour la nouveauté (Les Amis de la Terre, 2010), est

amené à se débarrasser de ses produits plutôt que d'envisager la réparation. Il ressort des entretiens que les fabricants pourraient éventuellement s'adapter et produire de manière plus responsable, notamment en rendant leurs appareils plus réparables, à condition qu'il y ait un engouement et un attrait grandissant suffisant pour la réparation de la part des consommateurs. Celui-ci permettrait selon beaucoup de forcer les marques à adapter leurs offres et à fournir des efforts. Beaucoup de répondants s'accordent à dire que pour que l'indice de réparabilité soit efficace, notamment en augmentant le taux de réparation — les autorités françaises espèrent d'ailleurs que l'indice contribuera à atteindre un taux de réparation de 60% dans les cinq années à venir, contre 40% actuellement (L'indice de réparabilité, 2021) —, il faudra beaucoup de sensibilisation et une bonne campagne de communication autour de l'outil en vue de conscientiser les consommateurs, notamment vis-à-vis de la réparation. De plus, une bonne communication autour de l'outil permettra au consommateur de bien comprendre et interpréter celui-ci, notamment son détail de notation, et d'avoir une idée plus claire des produits qu'il achète, notamment sur le fait que l'indice soit un gage de réparabilité et en aucun cas un gage de qualité ou de performance. Les appareils avec une bonne note, et donc supposés être plus facilement réparables, ne seront pas forcément les plus fiables (NeoMag, 2022). En effet, selon certains répondants, les gens achèteront plus facilement un produit avec un bon indice, sans forcément comprendre la notation et envisager la réparation, même avant l'acte d'achat. L'outil serait dès lors un moyen pour les marques de se donner un avantage concurrentiel et de l'utiliser comme argument de vente, sans forcément appeler à la réparation. Il apparaît également que celui-ci aura d'autant plus d'impact s'il est déployé, avec cohérence, dans d'autres pays, voire l'Europe entière.

Il ressort également des interviews que si l'indice de réparabilité porte ses fruits et encourage les gens à la réparation de leurs produits défectueux, il faudra veiller à ce que celle-ci soit envisageable. En effet, beaucoup de répondants dénoncent les prix excessifs liés à la réparation, constituant une barrière pour le consommateur. De plus, beaucoup pointent du doigt le manque de techniciens ainsi que le manque de formation dans ce secteur. Le service après-vente de plusieurs revendeurs n'est d'ailleurs pas assez développé, selon certains. Cependant, d'autres évoquent l'augmentation des repair cafés ainsi que la volonté des gens de réparer leurs produits eux-mêmes, notamment via internet, à l'aide de plateformes spécialisées dans les tutoriels de réparation et vente d'outils et de pièces détachées tels que

le site iFixit, notamment cité par un répondant. Toujours est-il que certains répondants avancent le fait qu'il est compliqué d'envisager la réparation soi-même si le produit est encore sous garantie, étant donné que celle-ci n'est souvent plus recevable une fois le produit démonté.

Pour conclure, il apparaît donc que l'indice de réparabilité est un bon outil, qui sera amené à évoluer, notamment avec l'ajout d'autres critères, particulièrement celui de durabilité prévu pour 2024 (HOP, 2021). Pour l'entièreté des répondants, c'est un bon début mais l'indice va devoir être retravaillé et davantage de communication ainsi que de contrôles de la part des autorités sont nécessaires pour gagner en crédibilité et avoir davantage de poids dans la décision d'achat du consommateur. Beaucoup affirment que la pondération est à revoir, tout comme les associations de consommateurs. Il ressort également des enquêtes qu'une très bonne communication autour de l'indice, tant pour la compréhension de celui-ci que pour conscientiser les consommateurs, est indispensable pour que celui-ci puisse remplir ses objectifs. Ceux-ci étant, pour rappel, de lutter contre l'obsolescence programmée ou non et d'éviter le gaspillage des ressources en informant le consommateur sur le caractère plus ou moins réparable des produits, et donc de lui permettre de faire des choix avisés au profit d'une consommation responsable.

#### 4. Limites de cette étude

Après avoir procédé à l'analyse des entretiens, il convient d'admettre que l'étude comporte certaines limites.

Premièrement, il aurait été intéressant d'interviewer certaines associations de consommateurs, notamment l'association belge Test Achats, cependant nous n'avons pas eu de réponse de leur part. Nous sommes parvenus à interviewer plusieurs gérants ainsi que des managers, des vendeurs et des réparateurs indépendants. Beaucoup de répondants nous ont parlé des dires de certains représentants commerciaux qui travaillent pour les marques. Il aurait donc été également intéressant de rencontrer des représentants commerciaux d'une grosse marque, étant donné qu'il était très compliqué d'interviewer directement les marques, mais ceux-ci étaient moins facilement accessibles. Cependant, nous avons remarqué que les répondants étaient pour la plupart sans filtres, ce qui n'aurait peut-être pas été le cas des représentants ainsi que des marques.

Deuxièmement, concernant le déroulement des entretiens, beaucoup ont eu lieu en distanciel. Ceux ayant eu lieu en présentiel sont ceux qui ont été les plus approfondis et où le répondant était le plus à l'aise. Il n'était cependant pas toujours évident de se rendre sur place, et le distanciel facilitait l'organisation autour de ces entretiens. Il n'était non plus pas toujours évident de rebondir sur certains éléments de réponse des répondants et d'approfondir la discussion. Certains répondants étaient également pressés et ne développaient pas suffisamment leurs réponses.

De plus, comme stipulé dans ce mémoire, il n'existait que très peu de littérature se rapportant à l'indice de réparabilité étant donné le déploiement récent de celui-ci. Les résultats concernant l'analyse des entretiens n'ont donc pu être soutenus que par quelques sources, majoritairement des critiques émises par des associations de consommateurs en France ainsi que des acteurs ayant directement participé à l'élaboration de l'indice.

## Conclusion générale

A travers l'obsolescence programmée, les fabricants réduisent délibérément la durée de vie des produits (CEC, 2013). Cependant, selon L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie, « plus que la programmation de leur obsolescence, c'est le manque de qualité et le fort taux de renouvellement de certains produits qui posent aujourd'hui problème » (ADEME, 2016). Quoi qu'il en soit, cela mène à des conséquences néfastes, notamment écologiques et environnementales, et cela a également un impact sur le pouvoir d'achat des consommateurs (CEC, 2013).

En vue de faire face à cette problématique, l'indice de réparabilité est une piste brièvement envisagée dans la littérature pour lutter contre l'obsolescence programmée. La France, en 2021, a été le premier pays européen à mettre en place un outil tel que l'indice de réparabilité et à le déployer sur son territoire. Celui-ci vise à lutter contre l'obsolescence programmée ou non et à éviter le gaspillage de ressources en informant le consommateur sur le caractère réparable des produits qu'il achète et, donc, en lui permettant de faire des choix avisés au profit d'une consommation responsable.

L'objectif de ce mémoire était de critiquer l'outil qu'est l'indice de réparabilité et de comprendre l'attitude des différents acteurs face à celui-ci. Il nous paraît également important de rappeler qu'il n'y avait que peu de littérature concernant cet indice, si ce n'était de la part d'associations ou d'acteurs ayant participé à l'élaboration de celui-ci. C'est pourquoi nous avons mené une étude qualitative, sur base d'entretiens semi-directifs, aidé d'un guide d'entretien, dans le but d'interroger des acteurs de la vente et de la réparation pour répondre au mieux à notre question de recherche.

Finalement, nous avons procédé à une analyse horizontale des entretiens. Celle-ci a été divisée en cinq thématiques, à savoir : le concept d'obsolescence programmée, la pertinence de l'indice de réparabilité, l'attitude des entreprises à l'indice de réparabilité, l'attitude des consommateurs à l'indice de réparabilité et la réparation. Les différents éléments de réponse ont été synthétisés et ensuite mis en lien avec la littérature pour apporter une réponse à notre question de recherche : « Un indice de réparabilité peut-il s'avérer être un outil efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée et appeler à la consommation responsable ? »

Pour conclure, nous sommes en mesure d'affirmer que l'indice de réparabilité est un bon outil, sous certaines conditions. En effet, il ressort de ce mémoire que l'indice va devoir être retravaillé, notamment au niveau de sa pondération. De plus, une bonne communication autour de celui-ci visant à le rendre le plus compréhensible possible, des campagnes de sensibilisation et des contrôles intransigeants de la part des autorités sont nécessaires pour qu'il gagne en crédibilité. Cela permettra d'avoir davantage de poids dans la décision d'achat du consommateur et permettra donc d'atteindre l'effet escompté, à savoir une augmentation du taux de réparation.

Finalement, il serait intéressant de se pencher sur l'évolution de l'indice, qui va être amené à inclure d'autres critères, notamment de durabilité dans sa notation. En effet, celui peut s'avérer être un critère de taille, intervenant dans la décision du consommateur, mais il faudra cependant veiller à ne pas noyer le consommateur en lui fournissant trop d'informations et en globalisant trop la note, au risque de rendre celui-ci confus.

Il apparaît également judicieux, afin d'assurer une bonne communication et une bonne compréhension de cet outil, de s'intéresser davantage au consommateur et de mener une étude quant à l'impact de l'affichage de l'indice de réparabilité sur celui-ci.

## Bibliographie

- ADEME. (2016). *L'allongement de la durée de vie des produits*. Récupéré sur [https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/avisademe\\_allongement-duree-vie-produits\\_201604.pdf](https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/avisademe_allongement-duree-vie-produits_201604.pdf)
- ADEME. (2019). *LES FRANCAIS ET LA REPARATION*. Récupéré sur <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/synthese-etude-francais-reparation-2019.pdf>
- ADEME. (2020). *Réparation*. Récupéré sur <https://www.ademe.fr/expertises/dechets/passer-a-laction/eviter-production-dechets/reparation#:~:text=La%20r%C3%A9paration%20est%20la%20remise,des%20m%C3%A9tiers%20de%20la%20r%C3%A9paration.>
- Armand, M. (2019). *Le reconditionné, un remède à l'obsolescence programmée ?* Récupéré sur Blackmarket: <https://story.backmarket.fr/le-reconditionne-un-remede-a-l-obsolescence-programmee/1707/#:~:text=Au%2Ddel%C3%A0%20de%20la%20r%C3%A9paration,appelle%20%C3%A7a%20un%20appareil%20reconditionn%C3%A9>
- Bathelot, B. (2017). *Définitions-marketing*. Récupéré sur <https://www.definitions-marketing.com/definition/reparabilite-produit/>
- Belgium.be. (2021). *Consommation responsable*. Récupéré sur Informations et services officiels: [https://www.belgium.be/fr/environnement/consommation\\_durable/consommer\\_malin](https://www.belgium.be/fr/environnement/consommation_durable/consommer_malin)
- Belgium.be. (2021). *Economie circulaire*. Récupéré sur [https://www.belgium.be/fr/economie/developpement\\_durable/economie\\_durable/economie\\_circulaire](https://www.belgium.be/fr/economie/developpement_durable/economie_durable/economie_circulaire)
- Belgium.be. (2022). *Responsabilité sociétale des entreprises*. Récupéré sur Informations et services officiels: [https://www.belgium.be/fr/economie/developpement\\_durable/economie\\_durable/responsabilite\\_societale\\_des\\_entreprises#:~:text=La%20responsabilit%C3%A9%20soci%C3%A9tale%20des%20entreprises,elles%20exercent%20sur%20la%20soci%C3%A9t%C3%A9.&text=Dans%20le%20cadr](https://www.belgium.be/fr/economie/developpement_durable/economie_durable/responsabilite_societale_des_entreprises#:~:text=La%20responsabilit%C3%A9%20soci%C3%A9tale%20des%20entreprises,elles%20exercent%20sur%20la%20soci%C3%A9t%C3%A9.&text=Dans%20le%20cadr)
- Carenews. (2021). *La réparabilité, question inévitable pour les entreprises ?* Récupéré sur Le média des acteurs de l'engagement : <https://www.carenews.com/carenews-info/news/la-reparabilite->

question-inevitable-pour-les-  
 entreprises#:~:text=Un%20indice%20de%20r%C3%A9parabilit%C3%A9%20appara%C3%Aet,  
 d'une%20note%20de%20r%C3%A9parabilit%C3%A9.

CEC. (2013). *L'obsolescence programmée ou les dérives de la société de consommation*. Récupéré sur  
<https://repairtogether.be/wp-content/uploads/2020/03/9-etude-obsolescence-web.pdf>

Challand, R. (2022). *Indice de réparabilité : un an après, où en est-on ?* Récupéré sur Les Numériques:  
<https://www.lesnumeriques.com/vie-du-net/indice-de-reparabilite-un-an-apres-ou-en-est-on-a173777.html>

Commission européenne (2020). *Changer nos modes de production et de consommation : le nouveau plan d'action pour l'économie circulaire montre la voie à suivre pour évoluer vers une économie neutre pour le climat et compétitive dans laquelle les consommateurs ont voix au chapitre*. Récupéré sur [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/ip\\_20\\_420](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/ip_20_420)

Conseil de l'Union européenne (2022). *Pacte vert pour l'Europe*. Récupéré sur <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/green-deal/>

consoGlobe. (2020). *Coronavirus : les Français deviennent des pros du bricolage maison*. Récupéré sur consoGlobe: <https://www.consoglobe.com/bricolage-maison-cg>

consoGlobe. (2021). *Smartphones et obsolescence programmée : Europe, États et lobbys s'affrontent*. Récupéré sur [consoglobe.com/smartphones-obsolescence-programmee-indice-de-durabilite-cg](https://www.consoglobe.com/smartphones-obsolescence-programmee-indice-de-durabilite-cg)

Dejong, M. (2013). *L'obsolescence programmée Portrait robot*. Récupéré sur <https://www.cpcp.be/wp-content/uploads/2019/05/obsolescence-programmee.pdf>

Dejong, M. (2014). Stop à l'obsolescence programmée ! *CPCP "Au Quotidien"*.

Dejong, M. (2020). *Et si on faisait le poing sur l'obsolescence programmée ?* Récupéré sur <http://www.cpcp.be/wp-content/uploads/2020/12/poing-obsolescence.pdf>

EconoEcolo. (2019). *Comment Lutter Contre L'obsolescence Programmée ?*

Etienne. (2021). *Etat des lieux de la réparabilité dans le monde*. Récupéré sur Plateforme d'information sur l'indice de réparabilité: <https://www.indicereparabilite.fr/etat-des-lieux-de-la-reparabilite-dans-le-monde/>

- Fournier, C. (2016). *Youmatter*. Récupéré sur *Obsolescence Programmée : Faut-il Changer de Modèle Économique ?*: <https://youmatter.world/fr/obsolescence-programmee-changer-modele-economique-decroissance/>
- Francebleu (2021). Smartphone, ordinateur, télé... comment lutter contre l'obsolescence programmée et éviter de tout racheter ? Récupéré sur <https://www.francebleu.fr/emissions/tous-experts/lorraine-nord/smartphone-ordinateur-tele-lave-linge-les-conseils-pour-lutter-contre-l-obsolescence-programmee-et>
- Frandroid. (2021). *Indice de réparabilité : à quoi ça sert et comment est-il calculé ? Voici tout ce qu'il faut savoir*. Récupéré sur [https://www.frandroid.com/produits-android/tv-connectee-produits/842325\\_indice-de-reparabilite-tout-savoir](https://www.frandroid.com/produits-android/tv-connectee-produits/842325_indice-de-reparabilite-tout-savoir)
- Garrett, C. (2022). *Greenwashing : définition, enjeux et exemples*. Récupéré sur Climate consulting Selectra: <https://climate.selectra.com/fr/comprendre/greenwashing>
- Halte à l'obsolescence programmée (2015). Récupéré sur <https://www.transition-europe.eu/fr/bonnepratique/hop-lassociation-engagee-contre-lobsolescence-programmee>
- HOP (2019). *Rapport d'enquête sur l'obsolescence des lave-linge*. Récupéré sur <https://www.halteobsolescence.org/rapport-denquete-sur-lobsolescence-des-lave-linge-2/>
- HOP (2020). *Obsolescence des iPhones : une sanction historique contre Apple*. Récupéré sur <https://www.halteobsolescence.org/apple-condamne-suite-a-la-plainte-deposee-par-hop/>
- HOP (2020). *Prolonger la vie des smartphones, c'est possible !* Récupéré sur <https://www.halteobsolescence.org/prolonger-la-vie-des-smartphones-cest-possible/>
- HOP (2021). *L'indice de durabilité, une révolution prévue pour 2024*. Récupéré sur <https://www.halteobsolescence.org/lindice-de-durabilite-une-revolution-prevue-pour-2024/>
- HOP (2021). *The French repairability index*. doi:<https://www.halteobsolescence.org/wp-content/uploads/2022/02/Rapport-indice-de-reparabilite.pdf>
- iClinique (2016). *Affaiblir artificiellement le smartphone et pousser à l'achat*. Récupéré sur <https://www.iclinique.be/fr/trucs-et-astuces-apple/Qu-est-ce-que-l-obsolescence-programmee-d-un-smartphone---107.html>
- Larousse (2021). Récupéré sur Larousse: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/obsolescence/55437>

Latouche S. (2014). *Bernard London ou l'enfer des bonnes intentions*. <https://doi.org/10.3917/rdm.044.0050>. Revue du MAUSS, 44, 50-52.

Legifrance (2020). Récupéré sur <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000042837821>

Les Amis de la Terre (2010). *L'obsolescence programmée, symbole de la société du gaspillage*. Récupéré sur <https://www.amisdelaterre.org/wp-content/uploads/2012/10/rapport-op-bdef-2-.pdf>

Les Amis de la Terre (2015). *Vite acheté, vite à jeter*. Récupéré sur [http://www.amisdelaterre.be/obsolescence\\_programmee/consequences.html](http://www.amisdelaterre.be/obsolescence_programmee/consequences.html)

Les Horizons (2020). Récupéré sur Les Horizons, média d'intelligence écologique : <https://leshorizons.net/obsolescence-programmee/>

Les Numériques (2021). *Apple va encourager la réparation des iPhones par les particuliers "qui s'en sentent capables"*. Récupéré sur <https://www.lesnumeriques.com/telephone-portable/apple-va-encourager-la-reparation-des-iphone-par-les-particuliers-qui-s-en-sentent-capables-n171455.html>

Les Numériques (2021). *Obsolescence des téléviseurs : le condensateur pointé du doigt, une réparation maison impossible ?* Récupéré sur <https://www.lesnumeriques.com/tv-televiseur/obsolescence-des-televiseurs-le-condensateur-pointe-du-doigt-une-reparation-maison-impossible-a166301.html>

L'indice de réparabilité (2021). *Plateforme d'information sur l'indice de réparabilité*. Récupéré sur <https://www.indicereparabilite.fr/>

MaTerre (2015). *L'obsolescence programmée, c'est quoi ?* Récupéré sur <https://www.mtaterre.fr/dossiers/pourquoi-nos-produits-durent-ils-de-moins-en-moins-longtemps/obsolescence-programmee-cest>

Metro (2021). *Bientôt un indice de réparabilité pour lutter contre l'obsolescence programmée ?*

Midi Libre (2021). *Obsolescence programmée : la durée de vie des télévisions pointée du doigt par un rapport*. Récupéré sur <https://www.midilibre.fr/2021/06/10/obsolescence-programmee-la-duree-de-vie-des-televisions-pointee-du-doigt-par-un-rapport-9597878.php#:~:text=L'enqu%C3%AAte%20men%C3%A9e%20par%20%22HOP,ans%20esp%C3%A9r%C3%A9s%20par%20les%20consommateurs%22.>

- Millénaire 3 (2021). *ÉCONOMIE CIRCULAIRE : LES DÉFINITIONS OFFICIELLES MASQUENT UNE PLURALITÉ D'APPROCHES*. Récupéré sur <https://www.millenaire3.com/ressources/Economie-circulaire-les-definitions-officielles-masquent-une-pluralite-d-approches>
- Ministère de la Transition écologique (2017). *Rapport sur l'obsolescence programmée, sa définition juridique et ses enjeux économiques*.
- Ministère de la Transition écologique (2020). *Charte graphique, identité visuelle et cohérence du visuel "indice de réparabilité"*. Récupéré sur [https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/charte-reparabilit%C3%A9\\_FR.pdf](https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/charte-reparabilit%C3%A9_FR.pdf)
- Ministère de la Transition écologique (2020). *L'économie circulaire*. Récupéré sur <https://www.ecologie.gouv.fr/leconomie-circulaire>
- Ministère de la Transition écologique (2021). Récupéré sur [https://www.ecologie.gouv.fr/duree-vie-des-produits#scroll-nav\\_\\_3](https://www.ecologie.gouv.fr/duree-vie-des-produits#scroll-nav__3)
- Ministère de la Transition écologique (2021). *Indice de réparabilité*. Récupéré sur <https://www.ecologie.gouv.fr/indice-reparabilite>
- Ministère de la Transition écologique (2021). *Lutter contre l'obsolescence programmée : durée de vie des produits*. Récupéré sur [https://www.ecologie.gouv.fr/duree-vie-des-produits#scroll-nav\\_\\_4](https://www.ecologie.gouv.fr/duree-vie-des-produits#scroll-nav__4)
- Mostafa Sabbaghi, B. E. (2016). *Business outcomes of product repairability: A survey-based study of consumer repair experiences* (Vol. 109). doi:<https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2016.02.014>
- NeoMag (2022). *Indice de réparabilité, un an après les bilans se dressent et divergent*. Récupéré sur <https://www.neomag.fr/article/9734/indice-de-reparabilite-un-an-apres-les-bilans-se-dressent-et-divergent>
- O'Reilly, B. (2018, Avril). *Ending the depression of planned obsolescence*. Récupéré sur Circular Glasgow: <https://www.circularglasgow.com/ending-the-depression-of-planned-obsolence/>
- Ooreka (2021). *9 techniques d'obsolescence programmée*. Récupéré sur Ooreka: <https://defense-du-consommateur.ooreka.fr/tips/voir/282124/9-techniques-d-obsolence-programmee>
- Phonandroid (2021). *Indice de réparabilité : quels appareils, quelle méthode de calcul, où le trouver, tout ce qu'il faut savoir*.

Phonandroid (2021). *Obsolescence programmée : les fabricants accusés de tout faire pour réduire la durée de vie des TV*. Récupéré sur <https://www.phonandroid.com/obsolescence-programmee-les-marques-accusees-de-freiner-la-reparabilite-des-tv.html>

PSL Research University (2013). *L'obsolescence programmée : description d'une controverse socio-technique*. Récupéré sur [https://controverses.minesparis.psl.eu/public/promo13/promo13\\_G22/www.controverses-minesparistech-7.fr/\\_groupe22/les-noeuds/une-existence-averee-tout-depend-de-la-definition.html](https://controverses.minesparis.psl.eu/public/promo13/promo13_G22/www.controverses-minesparistech-7.fr/_groupe22/les-noeuds/une-existence-averee-tout-depend-de-la-definition.html)

Qualivox (2022). *Qu'est-ce qu'une enquête qualitative ?* Récupéré sur Qualivox: <https://www.qualivox.com/fr/les-etudes-qualitative#:~:text=L'analyse%20horizontale%20a%20pour,l'ensemble%20des%20th%C3%A8mes%20donn%C3%A9s>.

Rapport du gouvernement au Parlement (2017). *Rapport sur l'obsolescence programmée, sa définition juridique et ses enjeux économiques*. Récupéré sur [https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/RAPPORT\\_Obsolescence\\_programmee.pdf](https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/RAPPORT_Obsolescence_programmee.pdf)

RDC environment (2017). *L'obsolescence*. Récupéré sur [http://www.rdcenvironment.be/wp-content/uploads/2017/11/2820-Obsolescence-programme%CC%81e\\_rapport-final.pdf](http://www.rdcenvironment.be/wp-content/uploads/2017/11/2820-Obsolescence-programme%CC%81e_rapport-final.pdf)

RTBF (2020). *Obsolescence programmée : que dit la loi ? Rien ! Pour le moment...* Récupéré sur [https://www.rtf.be/info/belgique/detail\\_obsolescence-programmee-que-dit-la-loi-rien-pour-le-moment?id=10430900&gclid=Cj0KCQiAoNWOBhCwARIsAAiHnEjBr6o6wyFhmyWfB6YILSUQLKvcu0DUWHpaoEEcJWU1v3ysGDBlt9oaAsNzEALw\\_wcB](https://www.rtf.be/info/belgique/detail_obsolescence-programmee-que-dit-la-loi-rien-pour-le-moment?id=10430900&gclid=Cj0KCQiAoNWOBhCwARIsAAiHnEjBr6o6wyFhmyWfB6YILSUQLKvcu0DUWHpaoEEcJWU1v3ysGDBlt9oaAsNzEALw_wcB)

RTL (2021). *Où en est la lutte contre l'obsolescence programmée en France en 2021 ?* Récupéré sur <https://www.rtl.fr/actu/economie-consommation/ou-en-est-la-lutte-contre-l-obsolescence-programmee-en-france-en-2021-7900003032>

Science News (2016). *Technological obsolescence goes hand in hand with economic growth*. Récupéré sur <https://www.sciencedaily.com/releases/2016/01/160118102656.htm>

Service-public.fr (2021). *le site officiel de l'administration française*. Récupéré sur <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F34284>

Spareka (2021). *Indice de réparabilité : bilan un an après*. Récupéré sur <https://aide.spareka.fr/indicede-reparabilite-bilan-un-an-apres/>

Steils, N. (2020). Marketing Research. *Louvain School of Management*.

Test Achats (2017). *Les appareils reconditionnés : une bonne affaire ?* Récupéré sur Test Achats :  
<https://www.test-achats.be/hightech/ordinateurs/dossier/appareils-reconditionnes>

Vasseur L. (2019). *Du gaspillage à la sobriété*. De Boeck Supérieur.  
doi:<https://doi.org/10.3917/dbu.guill.2019.01.0089>



Beaucoup pointent du doigt l'obsolescence programmée lorsqu'un de leurs appareils se met soudainement à dysfonctionner, et ce, en dénonçant une volonté de la part des marques et des fabricants de raccourcir la durée de vie des produits. Y a-t-il un vice caché derrière ces pannes ? En effet, les consommateurs sont amenés à se débarrasser de leurs produits défectueux, engendrant de nombreuses conséquences, principalement aux niveaux écologique, environnemental et social. Les responsabilités sont cependant partagées ; il apparaît que le consommateur a également son rôle à jouer et pourrait consommer et agir de manière plus responsable. Dans ce contexte, l'indice de réparabilité est une solution abordée dans la littérature. La France a d'ailleurs déployé un indice de réparabilité sur son territoire en janvier 2021 et est donc le premier pays européen à franchir le pas. Celui-ci est prévu par la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire sur cinq catégories de produits électroménagers et électroniques. Il a pour but de lutter contre ce mécanisme d'obsolescence en informant les consommateurs sur le caractère plus ou moins réparable des produits via une note. Le consommateur aura donc plus d'informations concernant la réparabilité des produits qu'il souhaite acheter.

C'est donc sur cet outil que porte ce mémoire. Etant donné le déploiement récent de cet indice de réparabilité, il n'existe pratiquement pas de littérature par rapport à celui-ci. Nous nous sommes donc penché sur cet outil en nous posant la question suivante : « Un indice de réparabilité peut-il s'avérer être un outil efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée et appeler à la consommation responsable ? » Pour répondre à cette question, ce mémoire est organisé en deux parties, à savoir une revue de littérature et une analyse qualitative.

La revue de littérature est composée de cinq sections : l'obsolescence programmée, un indice de réparabilité pour lutter contre l'obsolescence programmée, le rapport des différents acteurs à la consommation responsable et à un indice de réparabilité, l'avenir d'un indice de réparabilité et une conclusion.

Dans la deuxième partie, l'étude qualitative vise à mieux cerner le phénomène d'obsolescence et à critiquer objectivement l'indice de réparabilité dans le but de comprendre si celui-ci peut s'avérer être un élément clé en faveur d'une transition écologique, en étant dès lors un outil efficace pour lutter contre l'obsolescence programmée et pour favoriser la consommation responsable, et ce, en orientant le comportement des consommateurs ainsi qu'en incitant les marques à concevoir de manière plus responsable.

**UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN**  
Louvain School of Management

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve  
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique  
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique

[www.uclouvain.be/lsm](http://www.uclouvain.be/lsm)