



L'allongement de la durée de vie des produits

Avril 2016

Enjeux

Tous les produits manufacturés génèrent des impacts environnementaux, en termes d'épuisement de ressources, d'émissions de gaz à effet de serre, de pollution des milieux, de production de déchets plus ou moins dangereux. Ces impacts interviennent à toutes les étapes, depuis l'extraction des matières premières jusqu'à sa fin de vie du produit, en passant par son utilisation.

L'allongement de la durée de vie des produits est l'un des leviers permettant d'alléger l'impact environnemental de notre consommation en optimisant l'utilisation des produits, dans une logique d'économie circulaire.

Allonger la durée de vie des produits peut recouvrir plusieurs actions :

- Augmenter leur durée totale de fonctionnement à travers la « durabilité ». C'est-à-dire accroître la qualité des produits, leur réparabilité (la possibilité de les réparer), leur compatibilité avec les autres systèmes (telle que la standardisation des chargeurs de téléphones) et leurs capacités à évoluer. Cet aspect concerne principalement les fabricants.
- Consommer de façon plus responsable, en adéquation avec ses besoins réels, en entretenant ses produits et en étant moins sensible aux effets de mode qui encouragent les renouvellements prématurés. Cet aspect concerne principalement les consommateurs.
- Optimiser les usages et favoriser le réemploi permettant de donner une seconde vie à un produit. En partageant à plusieurs des équipements utilisés de manière ponctuelle (bricolage, jardinage, ...), il est possible d'intensifier l'usage d'un produit et d'inciter à un achat de conception plus robuste. Cette action s'adresse à toutes les parties prenantes.

Contexte

Les consommateurs ont une perception paradoxale de la durée de vie des produits. D'un côté, ils affirment que les durées de vie de leurs produits ont baissé au cours de ces dernières décennies et que les fabricants pratiquent « l'obsolescence programmée ». Selon un sondage de l'Institut national de la Consommation réalisé en 2014, plus de 90 % des consommateurs sont méfiants vis-à-vis des industriels en estimant que la durée de vie des produits est programmée. D'un autre côté, ils considèrent que les équipements sont aujourd'hui plus utilisés, plus performants, plus efficaces et moins consommateurs d'énergie.

Les études les plus récentes¹ montrent que les téléviseurs ont une durée de vie moyenne de près de 13 ans, ce qui est supérieur à la durée de vie jugée acceptable (10 ans). Le gros électroménager présente une durée de vie moyenne située entre 10 et 11 ans (en légère baisse par rapport à il y a 30 ans alors que les usages se sont intensifiés). Ainsi, les études ne montrent pas de tendance claire sur une réduction de la durée de vie des produits. Il n'est, par ailleurs, pas toujours possible de comparer les durées de vie des objets dans le temps, tant les usages d'aujourd'hui sont différents de ceux d'hier.

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. En l'absence d'information sur la durée de vie, les ménages privilégient avant tout les achats de produits les moins chers qui sont aussi parfois –voire souvent– de moindre qualité. Le renouvellement des produits trouve également son origine dans les « effets de mode » qui incitent au changement régulier. Le temps de renouvellement d'un smartphone par exemple est estimé à environ 20 mois alors que la durée de vie technique de ces équipements est très largement supérieure. Des freins à la réparation, au réemploi et un manque d'information sur la qualité et la durabilité des

¹La perception du SAV par le consommateur dans le domaine du gros électroménager - Août 2012, Durée de vie des équipements audiovisuels, Décembre 2014

produits au moment de l'achat constituent les autres facteurs d'explication.

Etat des connaissances

L'allongement de la durée de vie présente des intérêts environnementaux différents selon les catégories de produits :

- Le potentiel est fort pour ceux dont les impacts environnementaux sont principalement issus des phases de fabrication et de fin de vie (mobilier, textile, informatique, etc.). Pour ces produits, la phase de fabrication peut représenter plus des deux tiers des impacts environnementaux.
- Pour les produits dont les impacts environnementaux importants sont constatés en phase d'utilisation (automobile, gros électroménager, etc.), l'enjeu d'un allongement de leur durée de vie est moins fort.
- Pour les produits soumis à des ruptures technologiques permettant des gains environnementaux sensibles (par exemple lors du remplacement d'une chaudière à énergie fossile par une autre aux énergies renouvelables), l'allongement de la durée de vie des produits ne mettant pas en œuvre la meilleure technologie disponible pourrait ne pas être justifiée.

Sauf si des questions de santé ou de sécurité l'imposent, ou en cas de rupture technologique amenant des gains environnementaux significatifs durant les phases d'utilisation, il paraît pertinent d'allonger la durée de vie des produits.

Pistes d'actions

Un certain nombre de dispositions récentes de la réglementation abordent les questions de la durée de vie des produits, notamment dans la loi de consommation² (extension de la garantie légale de conformité à deux ans, affichage de la disponibilité de pièces détachées) et dans la loi de transition énergétique pour la croissance verte³ (définition du délit d'obsolescence programmée, développement du marché de la pièce de réutilisation automobile). Il apparaît toutefois nécessaire de mettre en place des mesures à l'échelle européenne en soutenant celles proposées dans le paquet sur l'économie circulaire⁴

² Loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation

³ Loi n° 2015-992 du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte

⁴ Le paquet économie circulaire vise à développer et encourager l'économie circulaire en Europe. La Commission a ainsi proposé un train de mesures sur l'économie circulaire qui inclut des propositions de révision de la législation sur les déchets ainsi qu'un plan d'action détaillé conférant une mission concrète à la Commission durant le mandat en cours. L'allongement de la durée de vie des produits figure parmi les axes de travail de la Commission.

présenté le 2 décembre 2015 par la Commission et ses déclinaisons réglementaires à venir et en cherchant pour certaines d'entre elles à en relever l'ambition.

Pour allonger la durée de vie des produits, cinq grands axes doivent être suivis :

- 1/ la mesure de la durée de vie des produits
- 2/ l'évaluation des gains liés à l'allongement de la durée de vie des produits
- 3/ les actions vers les fabricants
- 4/ les actions vers les consommateurs
- 5/ le soutien au secteur de la réparation

1) Mesurer la durée de vie des produits

Cela nécessite de développer des méthodes d'évaluation normalisées intégrant non seulement la robustesse du produit, mais aussi sa réparabilité, sa compatibilité avec les systèmes extérieurs et sa capacité à évoluer. Cela pourrait permettre également d'intégrer des critères de durabilité des produits dans les référentiels de l'Ecolabel Européen.

2) Evaluer les gains liés à l'allongement des durées de vie selon chaque catégorie de produits.

Cela passe par l'évaluation des gains environnementaux au travers d'analyses de cycle de vie des produits et méritera une analyse des conséquences économiques (emploi et activité des entreprises). Cette évaluation est nécessaire pour identifier les catégories de produits pour lesquels les gains potentiels liés à l'allongement de la durée de vie sont les plus grands.

3) Encourager les fabricants à rendre leurs produits plus durables notamment grâce à l'éco-conception. Cela peut s'appuyer sur la modulation des éco-contributions pour les produits soumis à la responsabilité du producteur sur la base de critères favorisant l'allongement de la durée de vie des produits, ou encore l'instauration d'un seuil minimal de qualité pour pouvoir entrer sur le marché. L'extension de la garantie légale de conformité pourrait également favoriser l'allongement de la durée de vie des produits. L'analyse des impacts d'un passage de cette garantie légale de conformité de 2 ans actuellement à 5 ans, voire 10 ans, pour certaines catégories de produits, devra ainsi être menée.

4) Inciter et accompagner le changement de comportement du consommateur, y compris lorsqu'il s'agit d'un acheteur « public » (administration, collectivité...). Cela passe tout d'abord par l'information sur la durée de vie du produit. En effet, la majorité des études sur le sujet met en lumière une asymétrie d'information entre le consommateur et le vendeur :

L'acquéreur ignore la qualité du bien envisagé et ne peut donc pas estimer le prix total d'usage. Ne pouvant faire la différence entre un produit à longue durée de vie d'un autre à durée de vie plus courte, le consommateur a tendance à acheter le produit le moins coûteux, souvent de moindre qualité, uniquement couvert par la garantie légale de conformité. En conséquence, les produits les moins coûteux, et donc généralement de durée de vie faible, dominent le marché. La disponibilité d'une information sur la durée de vie des produits au consommateur serait de nature, non seulement, à le guider vers des produits plus durables, mais pourrait aussi stimuler la concurrence des fabricants sur la qualité et la longévité de leurs produits.

Cette information pourrait être apportée par un affichage indiquant la durabilité du produit mais aussi, selon les cas, sa durée de vie normative (en nombre d'heures de fonctionnement ou en nombre de cycles par exemple) ou son impact environnemental. Un affichage qualitatif (sous forme d'un indicateur compris entre A et G) paraît pertinent pour guider le consommateur. Aujourd'hui, les lampes basses consommation disposent d'un affichage obligatoire sur leur durée de vie, montrant la faisabilité de la démarche. Le Comité économique et social européen a réalisé, auprès de 3 000 consommateurs en France, en Espagne, en République Tchèque et au Benelux, une simulation de l'affichage de la durée de vie de produits de consommation courante sur un site d'un achat en ligne⁵. L'étiquetage de la durée de vie des produits entraîne en moyenne 56 % de vente en plus pour les produits à longue durée de vie (118% de ventes pour la France).

Au-delà de cette nécessaire information, il s'agit également de communiquer avec pédagogie sur les intérêts, notamment financiers, liés à l'allongement des durées de vie. L'objectif est d'encourager l'achat de produits durables (achats rentables à long terme), une utilisation optimale des produits (entretien, usages etc.), et de promouvoir les démarches de la réparation et du réemploi alors que peu de consommateurs aujourd'hui font réparer leurs produits (en 2013, les deux tiers des télévisions tombées en panne n'ont pas donné lieu à recherche de réparation⁶).

5) Soutenir le secteur de la réparation. Entre autres, il s'agit d'encourager la formation des réparateurs, de favoriser la certification, de favoriser la transmission de guides de réparation en provenance des fabricants, de les accompagner dans la transition vers les objets connectés

permettant de faire notamment des diagnostics à distance et l'impression 3D permettant de produire des pièces de réparation à la demande, de faciliter l'accès à des devis pour les particuliers ou de soutenir des initiatives d'aides à l'auto-réparation telles que les Repair Cafés®.

Actions de l'ADEME

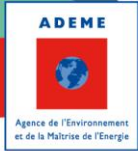
L'ADEME accompagne des projets d'expérimentation et de développement de l'économie circulaire au travers de ses actions de soutien à la recherche, au développement et à l'innovation.

Ainsi et au-delà du soutien à la recherche, au développement et à l'innovation, l'ADEME :

- pilote des appels à projets nationaux ou régionaux visant à une amélioration de la performance environnementale des produits ;
- réalise des études visant à mieux connaître le secteur de la réparation et du réemploi ;
- soutient, dans le domaine de l'électroménager, la mise en place d'ateliers d'auto-réparation et de filières de pièces détachées d'occasion ;
- soutient des opérations pilotes portant sur l'économie de la fonctionnalité, modèle économique visant à vendre des services plutôt que des biens ;
- réalise des études liées à la consommation collaborative permettant un partage et une mutualisation des biens.

⁵ [Les effets de l'affichage de la durée d'utilisation des produits sur les consommateurs](#) - Mars 2016

⁶ Durée de vie des équipements audiovisuels - Décembre 2014



Avis de l'ADEME

L'ADEME est, sauf quand des questions de santé ou de sécurité l'imposent, ou en cas de rupture technologique amenant des gains environnementaux significatifs durant les phases d'utilisation, **en faveur d'un allongement de la durée de vie des produits** notamment pour des raisons d'économie de ressources, de prévention des déchets, de développement d'emplois locaux (réparation, réutilisation...).

Pour parvenir à augmenter la durée de vie d'un produit, l'ADEME préconise de :

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

Offrir davantage d'informations sur la longévité, la durabilité et les impacts environnementaux des produits est essentiel et permettra de faire changer les habitudes des consommateurs, mais également les pratiques des fabricants et de rétablir ainsi la confiance entre les consommateurs et les industriels.

POUR EN SAVOIR PLUS

Publications

1. [Allongement de la durée de vie des produits, Février 2016](#)
2. [« Réemploi, réparation et réutilisation » - Synthèse 2^{ème} Edition - Juin 2015](#)
3. [Durée de vie des équipements audiovisuels - Décembre 2014](#)
4. [Panorama de la deuxième vie des produits en France – Octobre 2014](#)
5. [Panorama de l'offre de la réparation en France - Octobre 2014](#)
6. [Perceptions et pratiques des Français en matière de réemploi et de réparation des produits – Juillet 2014](#)
7. [Panorama des initiatives de promotion et de soutien aux activités de réparation en France – Janvier 2014](#)
8. [La perception du SAV par le consommateur dans le domaine du gros électroménager - Août 2012](#)
9. [Durée de vie des équipements électriques et électroniques - Août 2012](#)

Sites Internet

- www.ademe.fr/expertise/dechets
www.ademe.fr/particuliers-eco-citoyens